



**UNIVERSIDADE DO MINHO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ECONÓMICAS E EMPRESARIAIS**

LICENCIATURA EM GESTÃO HOTELEIRA E TURISMO

**Turismo Comunitário Como Proposta de
Desenvolvimento Sustentável para Ribeira do
Calhau**

Álvaro Duarte

Mindelo, 2015

ÁLVARO DUARTE

TRABALHO DE CONCLUSÃO CURSO

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS E EMPRESARIAIS

Monografia para cumprimento dos requisitos necessários
a obtenção do grau de Licenciatura em Gestão Hoteleira
e Turismo da Universidade do Mindelo

Orientadora: Mestre Vera Monteiro

Mindelo, Junho de 2015

Agradecimentos

Começo por agradecer ao meu Pai por me ter proporcionado todas as condições para que pudesse estar hoje onde estou. Agradeço a minha Avó e a minha Mãe pelo apoio e por nunca terem deixado de acreditar em mim.

Agradeço a minha orientadora que me ajudou e que contribui para que fosse possível a conclusão do meu trabalho. Um voto de obrigado ao Prof. Amílcar Morais que me orientou durante a primeira fase. Agradeço a todo o corpo Docente, desde antigo IESIG a actual Uni Mindelo, pelo apoio prestado durante o trabalho. Agradeço ao coordenador pelo auxílio dispensado.

Aos meus colegas de estudo que participaram das alegrias e decepções, em especial aos que estiveram mais próximos, apoiando nos momentos difíceis e compartilhando as alegrias.

Aos meus amigos, que me apoiaram e ajudaram e acreditam em mim. Um especial voto de obrigado ao amigo e colega Louis Philippe e a sua família por me terem acolhido em sua casa durante as deslocações à R^a de Calhau para trabalho de campo.

Agradeço a todas as pessoas que disponibilizaram o seu tempo concedendo entrevistas, contribuindo assim para que esse trabalho tivesse o brilho desejado. A todas as pessoas que directa ou indirectamente contribuíram para à conclusão deste trabalho.

A todos, o meu sincero obrigado!

Resumo

O turismo comunitário é uma estratégia para que populações autóctones sejam protagonistas do seu desenvolvimento próprio, tornando-se ao mesmo tempo uma alternativa de oferta turística que promoverá não só as regiões locais como destinos turísticos atractivas como também ajudará na preservação do meio ambiente e da cultura de Ribeira do Calhau. O trabalho aborda o interesse pela realidade regional por meio do desenvolvimento sustentado que valoriza as políticas locais no mundo globalizado. É pensada uma possibilidade para o turismo de comunidades que, ao resistir ao modelo hegemónico implementado no nosso país (sol e praia/turismo *all-inclusive*), possa cultivar alternativas de desenvolvimento sustentado. Com a elaboração deste trabalho pretende-se divulgar a região como sendo um destino de diversas e variadas potencialidades turísticas, que poderão ser exploradas a fim de desenvolver a qualidade do turismo oferecido na ilha e melhorar a condição de vida no meio envolvente. Os resultados obtidos dão informações importantes acerca do produto turístico proposto na área de estudo. No decorrer do trabalho, a pesquisa permitiu verificar que o turismo ainda é pouco expressivo na região mas tem um grande potencial, uma vez que as condições naturais ali existentes fazem dela uma excelente opção para o ecoturismo, turismo desportivo, agro-turismo, turismo cultural entre muitos outros que estão identificados ao longo da pesquisa.

Palavras-chave

Turismo Comunitário; Desenvolvimento Local; Sustentabilidade; Cultura; Ambiente;

Abstract

The community tourism is a strategy for indigenous peoples to be protagonists of their own development. It becomes an alternative offer of tourism that will promote not only the local regions, as attractive tourist destinations, as well as helping to preserve the environment and culture of *Ribeira do Calhau*. The work addresses the interest in regional reality through sustainable development that values local policies in a globalized world. It focus on the possibility of cultivating sustainable development alternatives for the tourism communities, in order to resist the hegemonic model implemented in our country (sun and beach / tourism all-inclusive). With this work is intended to publicize the region as a diversified and varied tourism potential area that can be exploited, in order to develop the quality of tourism offered on the island and improve living conditions in the environment. The results provide important information about the tourism product proposed in the study area. During the research, it is noticed that tourism is still not very significant in the region but has great potential. The existing natural conditions make the region an excellent choice for eco-tourism, sports tourism, agro-tourism, cultural tourism among many others.

Keywords

Community tourism; Local Development; Sustainability; Culture; Environment;

Índice

LISTA DE ILUSTRAÇÕES	8
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	9
ÍNDICE DE TABELAS.....	10
ABREVIATURAS E SIGLAS	11
CAPÍTULO I – INTRODUÇÃO	12
1 - PROBLEMÁTICA	12
2 - JUSTIFICATIVA DA ESCOLHA DO TEMA	12
3 - OBJECTO DE ESTUDO	15
4 - OBJECTIVOS	15
4.1 - GERAL	16
4.2 - <i>Específicos</i>	16
5 - METODOLOGIA UTILIZADA	16
6 – ESTRUTURA DO TRABALHO	16
CAPÍTULO II – METODOLOGIA.....	18
CAPÍTULO III – REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	21
1 - O TURISMO – CONCEITOS	21
1.1 - <i>Conceito de turista</i>	25
1.2 - <i>Modalidades do turismo</i>	26
1.3 - <i>Tipos de turismo</i>	27
1.4 - SISTEMA TURÍSTICO	29
1.5 - <i>Oferta Turística</i>	33
1.6 - <i>Procura turística</i>	36
1.7 - <i>Produto turístico</i>	37
1.7.1- <i>Especificidades do produto turístico</i>	41
2 - IMPACTOS DO TURISMO	42

2.1 Impactos do turismo no meio rural.....	44
3 - PLANEAMENTO DO TURISMO	46
4 - DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL.....	47
4.1 - PRINCÍPIOS DA SUSTENTABILIDADE	50
4.2 - Turismo Sustentável.....	51
5 - TURISMO E O AMBIENTE.....	53
5.1 - Turismo de natureza/ecoturismo (Conceitos).....	53
5.2 - Turismo Rural.....	58
5.3 - Turismo e desenvolvimento regional e local.....	59
6 - TURISMO COMUNITÁRIO – PERCURSOR DE DESENVOLVIMENTO LOCAL	60
CAPITULO IV – CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO	67
1 - CARACTERIZAÇÃO GEO-AMBIENTAL.....	67
1.1 - Caracterização da Ribeira do Calhau.....	68
2 - CLIMA.....	70
3 - BIODIVERSIDADE	71
4 - HIDROGRAFIA.....	72
6 - RECURSOS FLORESTAIS E PAISAGÍSTICOS.....	76
7 - ASPECTOS SOCIOECONÓMICOS DA ILHA.....	76
7.1 - Demografia	76
7.2 - Educação.....	77
7.3 - ECONOMIA	77
7.4 - NÍVEL DE EMPREGO	80
7.5 - Saneamento Básico.....	81
8 - O TURISMO NA ILHA DE SÃO VICENTE	82
8.1 - Turismo na Ribeira do Calhau	85
9 - OFERTA TURÍSTICA NA ILHA DE S.V. (ALOJAMENTO)	86

9.1 – OFERTA TURÍSTICA NA RIBEIRA DO CALHAU.....	87
10 – PROCURA TURÍSTICA.....	88
CAPITULO V – DISCUSSÃO E ANALISE DOS RESULTADOS.....	90
1 - ANÁLISE DO QUESTIONÁRIO.....	90
2 - ANALISE SWOT DA REGIÃO.....	102
3 - ÁREAS DE OPORTUNIDADE PARA O TURISMO E LAZER.....	104
4 - IMPLEMENTANDO UM PROJECTO DE CARIZ COMUNITÁRIO (LINHAS GERAIS).....	106
5 - PROPOSTAS DE ACÇÕES DE PLANEAMENTO PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NA RIBEIRA DO CALHAU.....	107
5.1 - Domínios de actividades estratégicas, eixos estratégicos e projectos.....	107
CAPITULO VI – CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	115
CONCLUSÃO.....	115
NOVAS VIAS DE INVESTIGAÇÃO.....	118
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	120
APÊNDICES E ANEXOS.....	124

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

ILUSTRAÇÃO 1 - TIPO DE VISITANTES	26
ILUSTRAÇÃO 2 - SISTEMA TURÍSTICO FUNCIONAL	32
ILUSTRAÇÃO 3 - ESTRADA CALHAU - BAÍA DAS GATAS (2013)	70
ILUSTRAÇÃO 4 - FAUNA TERRESTRE R ^a CALHAU	71
ILUSTRAÇÃO 5 - ÁGUA CHUVA EM R ^a CALHAU (2010).....	74
ILUSTRAÇÃO 6 - PROTECÇÃO TARTARUGAS.....	88
ILUSTRAÇÃO 7 - EXCURSÕES À SANTA LUZIA	88
ILUSTRAÇÃO 8 - CAMPANHA PROTECÇÃO TARTARUGAS NA PRAIA GRANDE (NINHOS).....	109
ILUSTRAÇÃO 9 - VOLUNTÁRIOS EUROPEUS COM O PRESIDENTE DA AAC JORGE MELO	109

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁF. 1 - LOCAL DE RESIDÊNCIA DOS INQUIRIDOS.....	90
GRÁF. 2 - SEXO DOS INQUIRIDOS	91
GRÁF. 3 - DISTRIBUIÇÃO DOS INQUIRIDOS POR FAIXA ETÁRIA.....	91
GRÁF. 4 - NÍVEL DE ESCOLARIDADE DOS INQUIRIDOS	92
GRÁF. 5 - ACTIVIDADES PROFISSIONAIS DOS INQUIRIDOS	93
GRÁF. 6 - CLASSIFICAÇÃO DA CONDIÇÃO DE VIDA DA POPULAÇÃO LOCAL	93
GRÁF. 7 - O QUE FAZER PARA MELHORAR AS CONDIÇÕES DE VIDA DA POPULAÇÃO LOCAL.....	94
GRÁF. 8 - PENSA QUE O TURISMO PODERÁ TRAZER BENEFÍCIOS PARA A LOCALIDADE?	94
GRÁF. 9 – TRARÁ MELHORIAS EM QUE SENTIDO	95
GRÁF. 10 - APROVAÇÃO DA UTILIZAÇÃO DO PATRIMÓNIO CULTURAL E AMBIENTAL NO TURISMO.....	95
GRÁF. 11 - ASPECTOS QUE PRECISAM SER MELHORADOS NA ZONA.....	96
GRÁF. 12 - CALHAU TEM CONDIÇÕES PARA SER DEVOLVIDO O TURISMO?	96
GRÁF. 13 - CONHECIMENTO DE PROJECTOS LIGADOS AO TURISMO PARA ZONA.....	97
GRÁF. 14 - RECEBERIA TURISTAS NA SUA RESIDÊNCIA	97
GRÁF. 15 - DISPONIBILIDADE PARA TRABALHAR NUM PROJECTO COMUNITARIO TURÍSTICO?.....	98
GRÁF. 16 - DISPUNHAS PARA SERVIR DE GUIA AOS TURISTAS, MOSTRANDO-OS AS POTENCIALIDADES DO LOCAL SEM DANIFICAR O MEIO AMBIENTE?	98
GRÁF. 17 - FACTORES QUE PODERÃO MOTIVAR A IMPLEMENTAÇÃO DO TURISMO RURAL NO CALHAU	99
GRÁF. 18 - O QUE PODERÁ SER FEITO PARA AUMENTAR A OFERTA TURÍSTICA NA REGIÃO.....	99
GRÁF. 19 - EPOCA DO ANO COM MAIOR PROCURA	100
GRÁF. 20 - NESSES ÚLTIMOS ANOS O Nº DE TURISTAS QUE VISITA A ZONA TEM AUMENTADO?	100
GRÁF. 21 - DISPOSIÇÃO A RECEBER FORMAÇÃO PARA TRABALHAR COM O TURISMO AQUI NA REGIÃO?	100

ÍNDICE DE TABELAS

TABELA 1 - MATRIZ DE ÂMBITO GEOGRÁFICO E ACTORES TURÍSTICOS DO PROJECTO	47
TABELA 2 - DISTRIBUIÇÃO DAS ZONAS IRRIGADAS	75
TABELA 3 - RÁCIO DE FREQUÊNCIA ESCOLAR (FEM / MASC)	77
TABELA 4 - SISTEMA EVACUAÇÃO DOS EXCRETAS	82
TABELA 5 - OFERTA HOTELEIRA EM 2015	86
TABELA 6 - EVOLUÇÃO Nº HÓSPEDES E DORMIDAS, PRIMEIRO TRIMESTRE 2015 EM CV	89

ABREVIATURAS E SIGLAS

AAC - Associação Amigos do Calhau

CTP – Confederação do Turismo Português

EMBRATUR – Instituto brasileiro do Turismo

INE – Instituto Nacional de Estatística

MDR – Ministério do Desenvolvimento Rural

MICE – Meeting, Incentives, Congresses and Events

OMT – Organização Mundial de Turismo

ONG – Organização não-governamental

ONU – Organização das Nações Unidas

PAM – Plano Ambiental Municipal

PIB – Produto Interno Bruto

SWOT – Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats

WTO – *World Tourism Organization*

ZDTI – Zona de Desenvolvimento Turístico Integrado

CAPITULO I – INTRODUÇÃO

1 - Problemática

A grande aposta no sector turístico no nosso país e o crescente número de investimentos na área turística obriga a questionar os impactos e benefícios que a população poderá obter. É importante conseguir fazer com que todos tirem partido desse desenvolvimento de forma a abarcar as comunidades ajudando-as tanto no seu sustento económico como também na protecção dos seus hábitos e costumes tendo sempre em mente a preservação do meio ambiente. Neste contexto, o turismo comunitário surge como um elemento de ligação entre o desenvolvimento social e o desenvolvimento do próprio sector turístico em si, catalisando as acções dos homens e os recursos naturais e culturais, fomentando o crescimento económico das comunidades onde se insere.

2 - Justificativa da escolha do tema

O motivo que impulsiona a escolha deste tema é a crescente aposta no desenvolvimento turístico que o país vem vislumbrando. Almeja-se construir o desenvolvimento social/económico, e por ai além, de Cabo Verde, erguendo-se sobre a indústria turística. Algo perfeitamente compreensível e apoiado visto que turismo apresenta-se como uma das mais importantes actividades económicas globais. A sua cadeia produtiva compreende quase todos os sectores da economia, o que representa um elevado efeito multiplicador de renda. De acordo com a conjuntura actual do nosso país, nada mais oportuno visto a condição que o país oferece para tal.

O desenvolvimento do sector turístico nacional vem evidenciando-se bastante promissor. Investimentos avultados nesse sector, na sua maioria por estrangeiros, são consequência da notoriedade que Cabo Verde tem ganho além-fronteiras conquistando a atenção e a aposta de grandes investidores no ramo. Seria primoroso conseguir o crescimento socioeconómico de Cabo Verde perante o mundo mas para isso a que ter em atenção certos aspectos cruciais. Este crescente fluxo turístico torna imperativo a adopção de ferramentas de preparação e

controle da actividade nos pólos receptores de forma a maximizar os pontos positivos que a actividade irá gerar na localidade e ao mesmo tempo minimizar os impactos negativos que esta actividade normalmente provoca na população autóctone.

O desenvolvimento do sector turístico não se dá de cima para baixo, pelo contrário começa nos pequenos círculos comunitários, de forma que esses entendam e participam nesse trajecto que caminha progressivamente. Isso com o intuito de dar tempo, recursos e conhecimentos aos nacionais (os principais interessados) possibilitando a oportunidade de conseguirem preparar-se e tirar partido desse desenvolvimento. Isso ajudará na criação de bases fortes, importantes para a implementação de outros projectos de maior escala.

São Vicente mais precisamente a vila de Ribeira de Calhau é uma região propícia para implementação do turismo comunitário apostando nos recursos humanos, culturais, ambientais, entre outros. Algo que se poderá chamar de desenvolvimento na escala humana.

“Sociedade humanizada é entendida como é aquela que assegura o necessário à vida digna de todos os cidadãos, com tranquilidade no relacionamento social, dentro de possibilidades de intercâmbios dos povos e na construção de bases confiáveis para a vida social, para a construção de uma sociedade sustentável. Essas condições são imprescindíveis para a preservação da dignidade humana e oferecem bases sólidas para o desenvolvimento do turismo.” (CORIOLANO 2000¹)

Entender o desenvolvimento na escala humana significa encontrar os caminhos para viabilizar o desenvolvimento local e o desenvolvimento do turismo, porque ambos têm o homem no centro da acção e o objectivo é a busca da satisfação humana.

¹ [Http://www.equiponaya.com.ar/congreso2000/ponencias/Luzia_Neide_Menezes.htm](http://www.equiponaya.com.ar/congreso2000/ponencias/Luzia_Neide_Menezes.htm)

A possibilidade de se desenvolver um Turismo voltado ao homem ou ao desenvolvimento social remete à necessidade de respeitar e satisfazer os direitos individuais e sociais da pessoa humana, proclamados pela ONU e definir ainda os objectivos do desenvolvimento que se pretende alcançar. Desenvolvimento é um acto contínuo que está sempre dando avanços. Voltar o desenvolvimento para a escala humana é um desses progressos substanciais. Costuma-se dizer que só há desenvolvimento quando este atinge a sociedade, resolvendo os seus problemas básicos (Oliveira 1998, p.6). Nesse caso o autor fala da satisfação das necessidades, financeiras, fisiológicas, educacionais, sociais, profissionais, entre outro, que as pessoas precisam para alcançarem o seu bem-estar e sentirem-se realizadas e felizes.

Quando se analisa a maioria dos planos governamentais, das propostas de desenvolvimento, os objectivos remetem ao bem comum, ao desenvolvimento sustentável e à qualidade de vida. No entanto, os programas, planos e projectos não conseguem implementar o chamado “desenvolvimento”, justamente porque os resultados desses processos só conseguem beneficiar uma minoria, produzindo-se pois, um crescimento económico concentrado. O desenvolvimento económico concentra riqueza, sempre nas mãos de pequenos grupos, por isso segrega os espaços e separa as pessoas. Assim, é oportuno promover outros estilos de desenvolvimento.

Nessa óptica é interessante o estudo do turismo comunitário tentando conjugar o ecoturismo, o turismo cultural e outras actividades que requerem a participação dos residentes locais, conseguindo retirar dali dividendos.

É preciso aceitar o desafio de promover mudanças nas políticas de desenvolvimento e encontrar alternativas para os modelos até agora adoptados.

Encontrar alternativas de desenvolvimento que tragam melhoria da qualidade de vida das populações locais aliadas à preservação do património ambiental e cultural tem sido um

desafio para todos os envolvidos nesse processo. Aliar desenvolvimento e sustentabilidade dos recursos não é uma tarefa fácil de se executar.

3 - Objecto de estudo

Para qualquer pesquisa ou trabalho é necessário informar o objecto de estudo, considerado um dos aspectos mais importantes para os trabalhos de investigação, pois é a definição efectiva do que será perscrutado designando desde logo a limitação do objecto a ser pesquisado.

Philippi & Romério (apud Andrade, 2008, p. 16-17) apontam para a importância do recorte do objecto, pois, “quanto mais abrangente for o propósito da pesquisa, menor é a viabilidade do tratamento dos dados recolhidos. O tamanho exagerado da pesquisa dificultará a sua conclusão no prazo antevisto.

Sendo assim a elaboração do presente trabalho terá como área de investigação a comunidade de Vila Miséria e Ribeira Do Calhau. Há que salientar, que a delimitação do objecto estudo ficou definida somente nessas comunidades onde se localiza as áreas agrícolas e pesqueiras sendo que foi incluído também, as áreas com potencialidades para o ecoturismo, turismo desportivo e balnear.

4 - OBJECTIVOS

Este trabalho tem por objectivo reflectir sobre a importância do turismo comunitário como alternativa de desenvolvimento sustentável para pequenas comunidades. Identificar quais são os benefícios que podem trazer às populações envolvidas sem esquecer dos impactos negativos que poderão causar se não houver um planeamento correcto para a sua implantação.

4.1 - Geral

Diagnosticar as potencialidades da região de Ribeira de Calhau para a implementação do turismo comunitário, tendo em consideração a conjuntura social cultural e ambiental da região.

4.2 - Específicos

- ⇒ Realizar um diagnóstico das potencialidades e limitações da região na implementação do turismo comunitário;
- ⇒ Reconhecer e analisar o grau de desenvolvimento do turismo na área de estudo
- ⇒ Identificar e analisar acções das entidades, centrais e locais no sentido de promover o turismo
- ⇒ Identificar áreas aonde poder-se-á implementar um projecto no âmbito do turismo comunitário
- ⇒ Sugerir acções de planeamento para melhor utilizar os recursos existentes;
- ⇒ Estudar a percepção da população em relação ao seu empenho no desenvolvimento do turismo de base comunitária na zona do Calhau

5 - METODOLOGIA UTILIZADA

A pesquisa revela-se como sendo exploratória segundo a visão de Marconi *et all* (2006). Foi utilizado o levantamento bibliográfico, questionários, entrevistas e a observação directa para procura de dados e definições dos conceitos com os quais se trabalhou. A sua finalidade é colocar o pesquisador em contacto com tudo aquilo que foi documentado acerca de determinada matéria quer publicada quer gravada.

6 – ESTRUTURA DO TRABALHO

O trabalho encontra-se dividido em seis capítulos. É feita a introdução no primeiro capítulo abordando: a problemática em estudo, a justificativa da escolha do tema, o objecto de

estudo, os objectivos gerais e específicos. O segundo capítulo aborda toda a metodologia aplicada na sua elaboração. No terceiro capítulo faz-se a revisão dos conceitos chaves do Turismo. No capítulo quarto caracteriza-se a área de estudo. No quinto e no sexto capítulo faz-se a análise dos resultados colhidos e apresenta-se as devidas considerações finais. Por fim apresenta-se a bibliografia consultada e anexos.

CAPÍTULO II – Metodologia

Metodologia significa, etimologicamente, o estudo dos caminhos e dos instrumentos usados para se fazer pesquisa científica.²

Segundo Loge & Milone (*apud* Barros 2005), todo o trabalho científico, deve nortear-se por uma metodologia para atingir as suas finalidades. Sendo o turismo pertencente a área das ciências sociais pode-se trabalhar com várias metodologias. Entre elas, quanto a abordagem, destaca-se a quantitativa e a qualitativa.

Para a elaboração deste trabalho foram executados esses dois métodos sendo que numa primeira óptica a pesquisa revela-se como qualitativa procurando conhecer os pontos de vista dos intervenientes directamente relacionados com o objecto da análise em questão recorrendo a colecta de dados secundários em fontes bibliográficas e documentos como livros, artigos, estudos teóricos, publicações Governamentais e pesquisas descritivas. Segundo Ghiglione (2001) é considerado como a primeira fase do processo de inquirição, sobre a forma de um conjunto de entrevistas não descritivas não directivas ou estruturada.

Caracteriza-se como sendo quantitativa, porque faz uso de instrumentos estatísticos na análise dos dados, no cálculo da amostra, nos questionários e no apuramento de resultados. A aplicação do questionário a uma amostra permite uma interferência estatística através da qual se verifica as hipóteses elaboradas no decurso da primeira fase, as quais completam através das informações recolhidas e codificadas.

² <http://pt.shvoong.com/humanities/482839-entrevistas-explorat%C3%B3rias/>

A pesquisa revela-se como sendo exploratória visto que foi utilizado o levantamento bibliográfico, questionários, entrevistas e a observação directa para procura de dados e definições dos conceitos com os quais se trabalhou. Em relação ao trabalho de campo foram elaborados questionários semiestruturados que foram aplicados junto aos residentes proprietários ou responsáveis pelos empreendimentos durante as visitas realizadas. Buscou-se, com isso, obter informações visando a análise do ponto de vista dos residentes, responsáveis e proprietários de negócios no ramo de turismo e não só. Procurou-se obter o perfil da população local, e ainda, informações para a avaliação da viabilidade do desenvolvimento do turismo comunitário.

Quivy (1998) descreve a Observação Directa como aquela em que o próprio investigador procede directamente a recolha das informações, sem se dirigir aos sujeitos interessados. Marconi *et all* (2006) acrescenta que ela não consiste apenas em ver e ouvir, mas também em examinar factos e fenómenos que se desejam estudar, captando os comportamentos no momento em que elas se reproduzem.

Recorreu-se a aplicação de entrevistas exploratórias as quais QUIVY³, afiança serem uma técnica preciosa para uma grande variedade de trabalhos de investigação social possibilitando a descoberta dos contactos humanos mais ricos para o investigador”.

No que concerne as entrevistas realizadas procurou-se visar os responsáveis das entidades relacionadas com o turismo e as ligadas a zona de Ribeira de Calhau, nomeadamente a A.A.C, Cabo Verde Investimentos, Direção Regional do Turismo em S. Vicente, Dr. Leão Lopes Filho da Ateliermar e o Presidente da Câmara Municipal de São Vicente Dr. Augusto Neves.

³ [Http://pt.shvoong.com/humanities/482839-entrevistas-explorat%C3%B3rias/](http://pt.shvoong.com/humanities/482839-entrevistas-explorat%C3%B3rias/)

Foi elaborado um questionário com dezanove perguntas, buscando informações que permitissem, junto da população residente, analisar a percepção que eles têm em relação ao turismo e a possibilidade de receber o turismo comunitário. Para a aplicação dos questionários, houve a necessidade de se tirar uma amostra do universo da população residente visto a impossibilidade de inquirir todos os elementos da população devido a morosidade do trabalho, embora fosse o ideal. Segundo MAIDANA (2000), uma amostra deve ser composta por um número suficiente de casos, levando em consideração a extensão do universo, coeficiente de confiança e margem de erro.

Para este estudo tomou-se como população os 882 habitantes (Censo, 2010). Em relação as outras condições para garantir a fiabilidade na determinação da amostra e consequentemente a veracidade dos dados colhidos, recorreu-se a tabela de H.Arkin e R.Colton (*apud* MAIDANA, 2000), em que o tamanho da amostra, com uma margem de erro de 10%, foi de 112 pessoas. Foram abrangidas as zonas de Calhau e Ribeira do calhau excluindo a zona do Madeiral, isso para delimitar o objecto de estudo.

Foram contemplados os residentes de ambos os sexos e de uma faixa etária variada, sendo que a amostra foi seleccionada de forma aleatória. Nas visitas empreendidas para a aplicação dos questionários também buscar-se-á realizar uma documentação fotográfica das regiões e dos empreendimentos turísticos (se existirem para identificá-los e registrar as possíveis potencialidades da região).

CAPÍTULO III – REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

1 - O Turismo – Conceitos

O termo “*tourism*” foi utilizado pela primeira vez por *Slidell Mackenzie* no livro, *Spain Revisted* em 1826 Confederação do Turismo Português (2005, p. 220)

Num primeiro olhar, pode-se identificar a relação existente entre turismo e o acto ou necessidade de deslocar e de viajar que o homem sempre teve. Mas nem todo aquele que viaja poderá ser visto como alguém que pratica turismo. A ideia que se poderá ter sobre o turismo poderá variar de acordo com as características de cada pessoa. É nesse sentido que CUNHA 2006 nos diz:

“Quando falamos de turismo é preciso saber do que falamos, a que realidade nos referimos, o que e quem queremos identificar. Apesar da extraordinária dimensão que alcançou e de fazer parte integrante do modo de vida das sociedades contemporâneas, e apesar de toda a gente usar a sua expressão correctamente, nem sempre as pessoas utilizam com o mesmo significado e nem todas as que ouvem percebem da mesma maneira. Para uns o turismo é uma coisa muito séria porque lhes proporciona emprego e rendimento e dele dependem as suas vidas; para outros, é sinónimo de diversão para ricos e ociosos” (CUNHA 2006, p. 15).

Com o desenvolvimento do turismo veio a necessidade de desenvolver estudos científicos sobre o turismo e com eles veio uma sucessão de definições sobre este fenómeno que a cada dia se revela-se mais complexo devido as várias implicações que acarreta tanto a nível: social, económico, demográfico, cultural, ambiental ou político.

Segundo BARRETTO (1995), a primeira definição foi elaborada em 1911, pelo economista austríaco *Hermann von Schullern zu Schattenhofen* que denomina o turismo como sendo:

“O conceito que compreende todos os processos, especialmente os económicos, que se manifestam na chegada, na permanência e na saída do turista de um determinado município, país ou estado (BARRETO, 1995)

Poder-se-á notar a vertente económica do turismo presente nessa definição mas que se revela incompleta se pensarmos naquilo que difere um turista de outro viajante qualquer.

Hunziker e Krapf (1942) terão dado enfoque a deslocação para fora do lugar de residência, a duração da viagem e os motivos que leva o turista a viajar levando a elaboração de uma definição que deixa claro que não se considera uma viagem como sendo turística se estivermos a trabalhar no local de acolhimento. Para eles o turismo é:

O conjunto de relações e fenómenos gerados pelo deslocamento e estadia de pessoas fora do seu local habitual de residência, desde que esses deslocamentos e permanência não sejam motivados por uma actividade lucrativa principal, permanente ou temporária. (DINIS, 2005, p.13)

Pode-se ver que esta definição abarca não só o acto de viajar como sendo turismo como também todas as actividades implicadas antes e durante essa viagem.

Em 1982, Mathienson e Wall, apresentam um conceito mais elucidativo considerando o turismo como sendo:

“O movimento temporário de pessoas para destinos fora dos seus locais normais de trabalho e de residência, as actividades desenvolvidas durante a sua permanência nestes destinos e as facilidades criadas para satisfazer estas necessidades”. (apud, CUNHA, 2007, p. 30)

Em 1991 a OMT (Organização Mundial do Turismo) descreve o turismo como sendo as actividades que as pessoas desenvolvem durante os seus deslocamentos e permanência em

lugares fora dos seus locais de residência, por um período de tempo superior a 24 horas, e inferior a um ano consecutivo, motivados por razões não económicas⁴.

O turismo, independentemente das diversas definições apresentadas pelos vários estudiosos, surge referenciado sempre por serviços (hospedagem, transporte, restauração, etc.).

Desta forma Robert McIntosh (1993) considera que turismo pode ser definido como “a ciência, a arte e a actividade de atrair e de transportar visitantes, alojá-los e de modo cortês satisfazer as suas necessidades e desejos”. (apud, PIRES, 2004, p.16).

Devido a intangibilidade das suas características de prestação de serviços, o turismo é sempre enquadrado no sector terciário da economia, sendo que para alguns é inadequado o uso da terminologia frequentemente utilizada “indústria turística” para cognominar tal actividade.

Analisando ainda as obras de dois autores encontraremos outra disparidade de opiniões:

Para Beni, citado por PIRES (2004) o turismo corresponde a:

“Um conjunto de recursos naturais e culturais que, em sua essência, constituem a matéria-prima da actividade turística porque, na realidade, são esses recursos que provocam a afluência de turistas. A esse conjunto agrega-se os serviços produzidos para dar consistência ao seu consumo, a qual compõem os elementos que integram a oferta no seu sentido amplo, numa estrutura de mercado”. (apud PIRES, 2004, P.16)

⁴ <http://www.omelhordoturismo.org/#!conceitos-turisticos/c15n0>

Ao passo que para Vieira, o que define o turismo é:

“A vivência das emoções proporcionadas pela fruição dos elementos constituintes dos vários recursos com toda a diversidade da sua natureza (física, cultural, etc.) e é condicionada pelas expectativas de cada turista. Por isso o que define o turismo são as pessoas e não os recursos, só existindo o turismo se houver essa vivência emocional e pessoal, no local onde ela se pode viver.” (VIEIRA, 2007, p.16)

Duas acepções contrárias que poderiam perfeitamente complementarem um ao outro sendo que ambas são pertinentes porque são os recursos existentes que condicionam a oferta turística de uma região mas também é a vontade da procura que acaba por condicionar o investimento turístico.

Encontrar uma definição coerente e completa revela-se um pouco complicado. Deparamos com variadas acepções que foram sendo adaptadas consoante a evolução do fenómeno turístico. A medida que se desenvolvia, o turismo foi arrastando consigo v ciências, humanas e não só, a crescente abrangência da actividade turística atraiu as atenções tanto dos *turismólogos*, como também da Antropologia, Economia, Sociologia, entre outros que estudam o seu impacto junto ao Homem, ambiente, economia e política.

Pode-se concluir que para ser considerado turismo a motivação da viagem deverá ter por base o desejo de ocupação dos tempos livres que integra o conceito de recreio entendido este como um conjunto de actividades exercidas por quem procura ocupar os seus tempos livres como forma de distração, evasão, divertimento ou de desenvolvimento pessoal. Implicará necessariamente uma deslocação para fora do local de residência seja para o estrangeiro ou dentro do próprio país.

1.1 - Conceito de turista

Com a descrição do que é o turismo torna-se importante definir o que realmente é um turista. Antes disso é necessário falar do fenómeno que ocorreu durante o século XVIII o qual ficará conhecido como “*The Grand Tour*”. A *the grand tour of Europe* como inicialmente era denominada não era mais que, como o próprio nome nos indica “a grande viagem pela Europa”, feita pelos jovens e abastados aristocratas ingleses desde o início do séc. XVIII. Os que faziam essa viagem ficaram conhecidos como “*tourists*”. (CUNHA 2007)

Segundo a Confederação do Turismo Português (2005), o vocábulo foi introduzido em França em 1840 com a publicação do livro “*Mémoires d’un touriste*” de Henry Beyle⁵.

“Vitor Maximiano ribeiro, escritor e jornalista utiliza o termo turismo no 1.º Congresso Nacional de 1910 e assim entra definitivamente em uso na língua portuguesa. A *grande tour* alem de servir para o complemento da educação dos jovens, servia também como forma de diversão.

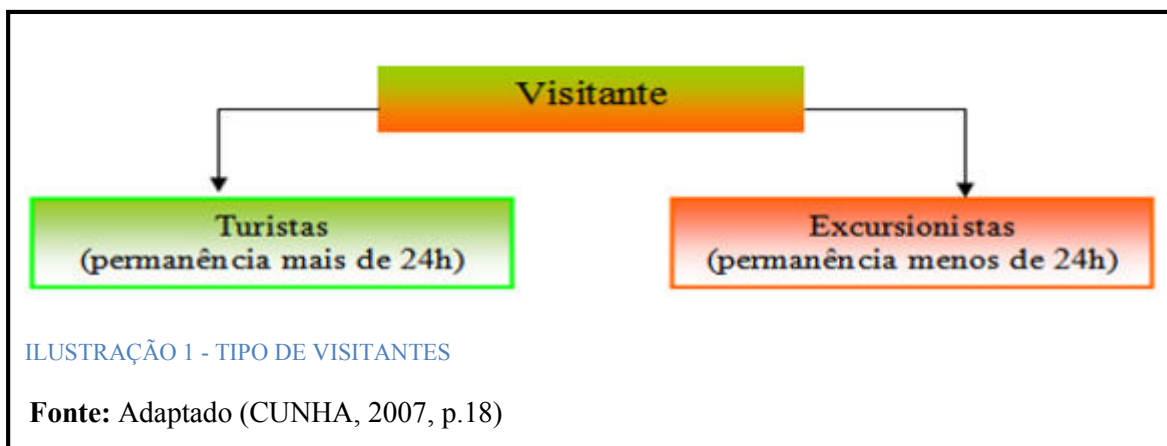
Nessa época um “*tourista*” era caracterizado como aquele que viajava pelo puro prazer. Mais tarde a comissão económica da sociedade das Nações, com o objectivo de determinar critérios para a elaboração de estatísticas turísticas internacionais adopta em 1937 a definição Turista como toda a pessoa que viaja por uma duração de 24h, ou mais, para um país diferente do da sua residência. (Confederação do Turismo Português, 2005)

O autor Cunha (2007) chama atenção pela necessidade de fazer a diferenciação entre aquelas pessoas que se deslocam para fora da sua residência habitual tanto dentro do seu país como

⁵ CUNHA, 2007, p.15 chama o escritor de Stendhal e quanto a data de publicação do livro refere ao ano de 1838

no exterior e que regressam à casa no próprio dia e aquelas que se ausentam por mais de um dia. Muitas vezes utiliza-se erradamente o termo visitante para designar os turistas.

A conferência da ONU sobre o turismo e as viagens internacionais, em 1963, estabeleceu os critérios para definições de visitante sendo aquele que se desloca a um país diferente daquele onde tem residência habitual, desde que não exerça profissão remunerada (Ibid. 2005). Na figura abaixo vemos o que ficou acordado, elegendo visitantes tanto os turistas como os excursionistas:



1.2 - Modalidades do turismo

Rose (2002), classifica o turismo a partir de vários aspectos, seja pelo volume de turistas, pela direcção do fluxo ou ainda pela abrangência espacial das viagens realizadas.

De acordo com o volume de turistas

1. Turismo de Massa⁶ – refere-se ao grande número de pessoas que se desloca em grupos a uma destinação turística.

⁶ É referenciado por ser mais económico e mais colectivo

2. Turismo Individual – quando a viagem é organizada pelo próprio turista. É praticada por aqueles que consomem mais e de forma mais selectiva.

De acordo com a direcção do fluxo turístico

1. Turismo Emissivo – para fora do local de residência
2. Turismo receptivo – fluxo de entrada de turistas em uma localidade

De acordo com a amplitude das viagens

1. Local – ocorre entre Municípios vizinhos
2. Regional – abrange um raio de 200 a 300 Km² de distanciada residência do visitante
3. Doméstico ou Nacional – ocorrência dentro do país de residência
4. Internacional quando ocorre para fora do país de residência podendo ser dentro do continente ou intercontinental

1.3 - Tipos de turismo

Existem variados tipos de turismo e a cada ano que passa, com novas modas, vemos a aparecimento de novos tipos de turismo. Abaixo serão inumerados alguns deles considerados pertinentes ao tema do trabalho.

Turismo de Sol & Praia

O turismo de Sol e Praia é o mais conhecido e o mais divulgado a nível mundial. Os locais com maior potencial para o referido turismo são aqueles que possuem grandes orlas marítimas (com grandes extensões de praias de areia), aparecendo assim nos primeiros lugares os chamados países insulares.

Turismo Cultural

Para Rose (2002, p.9) turismo cultural é praticado para obtenção de novos conhecimentos onde a atracção cultural passa a ser a principal motivação dos turistas para uma visita a um destino.

Licínio Cunha defende que turismo cultural corresponde a:

“ [...] Viagem provocada pelo desejo de ver coisas novas, de aumentar os conhecimentos, conhecer as particularidades e os hábitos doutros povos, conhecer civilizações e culturas diferentes, do passado ou do presente, ou ainda a satisfação de necessidades espirituais.”⁷(Cunha, 2006)

Caracteriza-se pela relação dos turistas com outras pessoas com outros estilos de vida, são as viagens provocadas pelo desejo de ver coisas novas, de aumentar os conhecimentos, conhecer as peculiaridades e os hábitos de outros povos.

“Turismo cultural compreende os eventos, as actividades e as experiências culturais; supõe a imersão e/ou apreciação das áreas, estilo de vida das populações locais e tudo o que lhes confere identidade e carácter.” (CTP, 2005, p.63).

É certo que o conceito de cultura é extremamente amplo, entretanto quando falamos de Turismo cultural este obtém uma conotação restritiva. O termo Turismo Cultural designa uma modalidade de turismo cuja motivação do deslocamento se dá, com o objectivo de encontros artísticos, científicos, de formação e de informação. (ANDRADE, 1976)

⁷ Segundo a CTP (2005, p.633) esse tipo de turistas tem em comum com o ecoturista um interesse genuíno na sociedade e cultura dos locais onde visitam.

O Turismo Cultural se caracteriza por uma permanência prolongada e um contacto mais “íntimo” com a comunidade, ocorrendo viagens menores e suplementares dentro da mesma localidade com o intuito de aprofundar-se na experiência cultural.

No ponto de vista de Lise e Hélio Barroso (*apud* ANDRADE, 1976), o Turismo Cultural é motivado pela busca de informações, de novos conhecimentos, de interacção com outras pessoas, comunidades e lugares, da curiosidade cultural, dos costumes, da tradição e da identidade cultural.

Turismo desportivo

O turismo desportivo é defendido pela OMT como:

Participação activa ou passiva em desporto competitivo ou recreativo. O desporto é a motivação principal para a deslocação e o destino é escolhido pelas suas qualidades intrínsecas para a prática de desporto, embora o elemento turístico possa estar incluído e reforçar a experiência. (CTP, 2005, p.610)

O objectivo da viagem é o de assistir as manifestações desportivas como os jogos olímpicos, os campeonatos de futebol, os jogos de Inverno, etc. O objectivo centra-se nas práticas de actividades desportivas como a caça, a pesca, os desportos náuticos, o alpinismo, o ski, o ténis, o golfe, etc.

1.4 - Sistema turístico

A “indústria” turística dá origem a relações entre vários elementos. Relações entre pessoas, ambiente, económicas, sociais e culturais. Logo torna-se necessário entender essa variação de relacionamentos e de interdependências e ligações. Cada relação tem a sua natureza e desempenha o seu papel de forma distinta. É preciso estabelecer uma visão sistémica para entender o turismo.

Num primeiro plano, segundo André Marchal, um sistema é visto como um conjunto de estruturas que podem ser jurídicas, sociais, psicológicos ou económicos ligadas por relações que desenvolverá, consoante a sua organização, o capitalismo ou à economia colectiva (apud CUNHA 2007, p. 110).

Numa segunda visão Cunha admite que um sistema é um conjunto de elementos relacionados entre si que trabalham juntos para atingir determinados objectivos. Desta forma qualquer alteração sofrida por cada um desses elementos desencadeará mudanças em outro elemento o que condicionará a actuação do sistema tornando-o eficaz ou não (*Ibid.* 2007).

O turismo, pelas suas características, vislumbra-se como um sistema. Segundo Cunha é composto por elementos que interrelacionando entre si através de ligações de dependência de carácter funcional e espacial. Refere-se neste caso as zonas de origem dos visitantes (emissoras) como também as zonas de acolhimento (receptoras) e a todas as outras actividades que produzem bens e serviços turísticos. (*Ibid.* 2007, p. 111)

Esse sistema compõe-se por subsistemas que por seu turno se desdobram em múltiplos elementos interdependentes e que formam as estruturas internas do sistema. A procura turística por exemplo é influenciada por vários factores variando em cada zona emissora (rendimentos, condições de vida, tempo livre, nível cultural etc.).

Vejamos, nas zonas emissoras os organismos de promoção e informação influenciam e controlam a emissão turística, e por sua vez as zonas receptoras estabelecem conexões e relações profundas em diversos sectores (transportes, estabelecimentos hoteleiros, restaurantes, etc.). As relações dos turistas com as populações receptoras provocam impactos de natureza económica, ambientais e socioculturais.

As variações ou modificações de qualquer dos componentes influencia todo o sistema. A variação dos custos de transporte, por exemplo, altera o equilíbrio do sistema, cujo

restabelecimento exige ajustes em todos os outros componentes de forma a compensar os efeitos neles produzidos. Desse modo,

O turismo é um sistema dinâmico impulsionado por forças positivas e negativas cujos efeitos têm de ser compreendidos por todos os intervenientes: [...] muitos hoteleiros ainda acreditam que os seus produtos são quartos, quando a eficiência de sua produção e o seu acesso estão fortemente dependentes da promoção, da acessibilidade ou dos atracões (GUNN, apud CUNHA, *Ibid.*, p. 115).

De acordo com BAPTISTA (1997, p.49) os factores que compõem o sistema turístico são as atracões, os serviços turísticos, os transportes, as infra-estruturas básicas, os sistemas de informação e direcção, e os mecanismos de promoção e comercialização.

Segundo CUNHA (*Ibid.*, p. 113), “existem várias formulações esquemáticas do sistema turístico [...], porém, [todas] evidenciam as íntimas relações que se estabelecem entre os elementos constituintes do turismo e os efeitos do comportamento de um deles sobre o restante”.

A seguir (Ilustração 2) é demonstrado como é formado o sistema turístico. Como se pode perceber, ele é formado pela procura e oferta dando a entender a interdependência bilateral existente entre esses dois elementos.

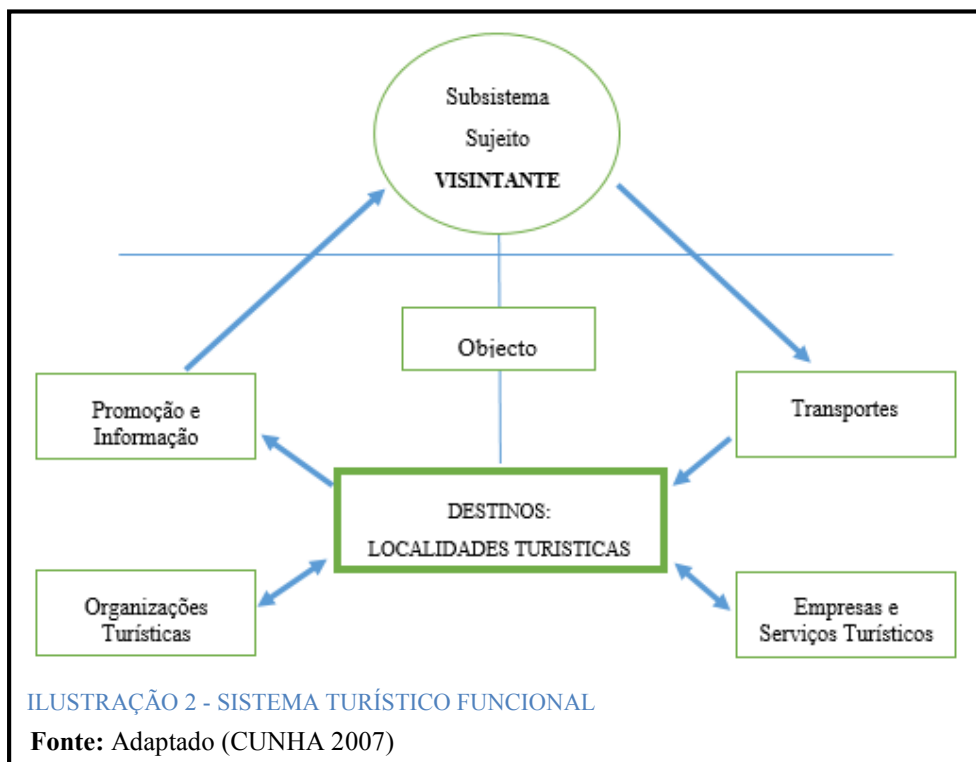


ILUSTRAÇÃO 2 - SISTEMA TURÍSTICO FUNCIONAL

Fonte: Adaptado (CUNHA 2007)

Este esquema permite obter uma visão do turismo como fenómeno complexo, formado por componentes com conteúdos e objectivos diversificados, senão vejamos:

A demanda turística (sujeito do sistema) tem origem no subsistema constituído pelas zonas emissoras. A oferta é constituída pelo subsistema “objecto” do qual fazem parte as regiões receptores (os destinos), os meios de deslocação que permite que a procura desfrute da oferta (os transportes), os produtores dos bens e serviços que satisfazem as necessidades dos turistas (as empresas), as entidades que garantem os mecanismos de funcionamento e administração (as organizações) e os meios que influenciam e estimulam a demanda (a promoção).

Com base no estudo desenvolvido por GROSS *apud* CUNHA (*ibid.*, p. 115), pode-se dizer que as características essenciais do sistema turístico são as seguintes:

- É um sistema humano, espacial e temporal;

- É um sistema aberto que recebe influências exteriores e está em estreita interacção com elas;
- É um sistema caracterizado por conflitos e cooperações internas/externas;
- É um processo composto por vários subsistemas e que na sua essência é um subsistema de um sistema mais vasto;
- É um sistema com perda de controlo e de coordenação em vários dos seus elementos constitutivos.

1.5 - Oferta Turística

A oferta turística é constituída por todos os elementos que contribuem para a satisfação das necessidades de ordem psíquica, física e cultural que estão na origem das motivações dos turistas. Pode ser entendida como o conjunto de atracões naturais e artificiais de uma região, bem como de todos os produtos turísticos colocados à disposição dos consumidores para a satisfação de suas necessidades.

Baptista (1990, p. 115) denomina de oferta primária ou original os seguintes elementos: clima, paisagem e património histórico e cultural e diz ainda que deve constituir o argumento base para a definição de uma política turística e a concepção da natureza da oferta.

A definição da oferta turística está intrinsecamente ligada a definição do turismo visto que encerre um conjunto de elementos, bens e serviços, impossíveis de restringir. Nesse caso, para além da chamada oferta primária, as instituições de alojamento, os restaurantes, as actividades recreativas ou os serviços prestados aos turistas nos locais onde visitam, devem ser incluídas na oferta.

Segundo Cunha, considera-se todos os bens e serviços que sejam adquiridos pelos visitantes mesmo que tenham sido produzidos para satisfazer a procura dos residentes, como fazendo parte da oferta turística (excluindo os que forem adquiridos pelos residentes)

Para CUNHA, oferta turística é:

O conjunto de todas as facilidades, bens e serviços adquiridos ou utilizados pelos visitantes bem como todos aqueles que foram criados com o fim de satisfazer as suas necessidades e postos a sua disposição e ainda os elementos naturais ou culturais que concorrem para a sua deslocação. (Ibid. 2007, p.175)

O mesmo autor afirma ainda que a oferta turística compreende todos os bens e serviços que satisfaçam necessidades turísticas podendo dividir-se em quatro grupos (CUNHA 2000,p. 150):

- a) **Bens livremente disponíveis** constituem as bases fundamentais da procura turística como o clima, as paisagens, o relevo, as praias e fontes termais;
- b) **Bens imateriais** são resultante da maneira de viver do homem, exercem sobre os outros homens um fenómeno de atracção como tradições, cultura, exotismo e tipicidade;
- c) **Bens turísticos básicos** são criados pelas suas características ou dimensões provocam o desejo de viagem: monumentos, museus, parques temáticos, centros desportivos e estâncias termais;
- d) **Bens e serviços turísticos complementares** permitem a deslocação e garantem as necessidades de permanência: meios de transportes, vias de comunicação, meios de alojamento, restauração, etc.

Já para Sampaio (*apud* MARQUES, 2005) são três, as qualidades da oferta turística:

- É basicamente uma oferta de serviços;
- Caracteriza-se por ter falta de flexibilidade, pois uma vez transformada para fins turísticos é de difícil reconstrução;
- Está sujeita a lei da substituição, isto é, facilmente preterida em função de outros destinos turísticos;

O escritor Guibilat, afirma que na oferta turística há uma ideia de diversidade, pois esta é tudo aquilo que a natureza nos deu, mais as transformações efectuadas pelo homem, ou seja, oferta turística, estruturado pelas actuações naturais e artificiais e pelos bens e serviços que fizeram com que as pessoas visitassem um país ou uma região. (*apud*, MARQUES, 2005). Ele enumera os seguintes tipos de oferta:

a) Ofertas turística de atracção são constituídas por todos os elementos ou factores de origem natural ou criados pelo homem que dão resposta as motivações turísticas, organizando uma deslocação;

b) Oferta turística de recepção é o conjunto dos equipamentos, bens e serviços que permitem a permanência no local visitado e satisfazem necessidades decorrentes dessa permanência;

c) Oferta turística de fixação ou retenção, são formados por todos os elementos contendo ou não motivos de atracção, contribuem para aumentar a permanência dos visitantes ou torna-la mais agradável;

d) Oferta turística de animação são todos os elementos criados pelo homem susceptíveis de satisfazer necessidades de recreio ou de ocupação de tempos livres;

e) Oferta turística de deslocação é constituída pelo conjunto de infra-estruturas, equipamentos e serviços que permitem a deslocação dos turistas.

Considerando a natureza e a estrutura da oferta turística, (LAGE e MILONE *apud* OLIVEIRA 2004) apresentam suas características mais importantes:

- **Intangibilidade:** o consumidor compra um produto “imaginário”;
- **Imobilidade:** exige que o consumidor dirija-se até o produto;
- **Impossibilidade de armazenamento:** não pode ser guardado para consumo posterior;
- **Extrema rigidez:** não possui flexibilidade suficiente para outra utilização, sem correr riscos de descaracterização;
- **Competitividade:** está sujeita à concorrência com outros produtos (por exemplo, com os de primeira necessidade) e com os vários outros produtos ou destinos que fazem parte do leque de oferta do turismo;

1.6 - Procura turística

A demanda turística traduz-se na procura de bens e serviços (turísticos) que um consumidor/turista está apto e disposto a adquirir por um determinado preço, com determinada qualidade, por determinado período de tempo e em um determinado local.

CHUNHA afirma que:

[...] A procura total do turismo de um país, num determinado momento, é composta pela procura correspondente ao turismo de nacionais e estrangeiros nesse país. O consumo dos residentes quando em viagem no estrangeiro actua, como uma diminuição da procura turística nacional. (2006, p.139)

SILVIA *et all* considera que a procura turística é constituída pelo consumo, investimento e exportação líquida, mas tem na variável Consumo, o seu principal componente. (*apud* MARQUES, *op cit* p. 35)

Cunha chama a nossa atenção para o seguinte: A procura turística não é formada apenas pelo consumo de bens e serviços produzidos com o fim de satisfazer as necessidades dos turistas, mas também por um grande número de produtos e serviços produzidos para a satisfação das necessidades dos residentes (medicamentos em farmácias, vestuários, estradas, serviços públicos etc.). Diz ainda que por esse motivo torna-se difícil determinar correctamente o valor da procura turística visto que ela abarca a procura de outros sectores. (Cunha, 2006, p.139)

Há diversos factores que influenciam a demanda turística, dentre os quais Lage e Milone destacam: (*apud* OLIVEIRA, 2004, p.60):

- Preços dos produtos turísticos;
- Preços de outros bens e serviços;
- Nível de renda dos turistas;
- Gastos dos turistas.

Segundo ROSE (2002, p.42) a procura turística pode ainda ser influenciada pelo:

- Marketing ou investimento em divulgação do destino
- Modismo – o destino passa a ser referenciado por todos, a estar na moda.
- Clima
- Catástrofes naturais
- Disponibilidade de tempo dos segmentos (consumidores)

1.7 - Produto turístico

O produto turístico pode ser considerado como o componente fulcral da indústria turística visto que ela encarna a oferta que é feita ao turista passando a ser aquilo que esse procura

para satisfazer as suas necessidades e anseios e para o qual esta pronto a pagar um valor justo equivalente ao serviço prestado.

TOCKER (1999, p. 181) define Produto, no contexto do turismo, como sendo “ [...] um conjunto de elementos, tangíveis e intangíveis, que causam certos «benefícios» procurados por um ou vários clientes.” Diz ainda que um produto se define neste caso, de acordo com aquilo que oferece a um cliente individual, colectivo ou então de uma forma mais operacional, a mercados alvo particulares.

Produto turístico é um conjunto de bens e serviços que objectivam satisfazer o cliente. É tangível (bens de consumo e industriais), pois se compõe de uma parte concreta (equipamentos hoteleiros e de restauração e meios de transporte), assim como intangível (prestação de serviços, um conjunto de acções que possibilita usufruir esses bens). MORAES apud OLIVEIRA, 2004, p. 64

Para Vaz, o produto turístico é “um conjunto de benefícios que o consumidor busca numa determinada localidade e que são usufruídos tendo como suporte estrutural um complexo de serviços oferecidos por diversas organizações” VAZ (1999, p.56).

Já, Baptista define produto turístico como sendo:

[...] Qualquer coisa que pode ser oferecida no mercado para a atenção, aquisição ou consumo, o que inclui objectos físicos, serviços, personalidades, lugares, organizações e ideias. Pode ser também considerado como a totalidade dos benefícios que uma pessoa recebe ou experimenta através do objecto físico ou do serviço oferecido no mercado (1990, p.122)

O sistema produtivo da actividade turística ergue-se sobre a exploração dos denominados “recursos turísticos”. São eles nada mais que: os atractivos naturais e culturais de uma dada região que associados com os serviços organizados, em empresas prestadoras de serviço turísticos, formarão desta feita o “produto turístico”.

Na óptica de PIRES (2002, p.122) um produto é mais do que a sua descrição simples pois considera o mesmo, como um conjunto de atributos tangíveis e intangíveis que satisfaz as necessidades dos clientes que o adquirem.

Kotler e Turner trazem-nos uma definição mais abrangente que a de Pires:

“ Um produto é tudo que pode ser oferecido à atenção, aquisição, utilização ou consumo de um mercado; isto abrange os objectos físicos, as ciências, as personalidades, os lugares, as organizações e as ideias” (*apud*, TOCKER *et all* 1999, p. 181).

Segundo MARINHO (*apud* Oliveira., 2004), o produto turístico é composto por quatro elementos fundamentais: transporte, alimentação, alojamento e entretenimento. Podemos verificar que cada um desses componentes é considerado como sendo um bem ou serviço complementar do outro. Vejamos então a interdependência: ao viajar precisamos de transporte, quando chegamos precisamos de um lugar para nos alojar. Logo de seguida precisaremos dos serviços de alimentação e provavelmente daqueles de entretenimento e recreação para nos divertirmos.

Tocker distingue três níveis na concepção de um produto:⁸

- Produto central
- Produto formal
- Produto alargado

⁸ TOCKER *et all* 1999,p. 181

Ele descreve o **produto central** como sendo “ o coração da oferta feita ao turista “ e diz, ainda, que deve ser definido em termos da necessidade principal satisfeita e da vantagem diferencial desse mesmo produto em relação aos produtos concorrentes.

O **produto formal** é o produto essencial tornado operacional através dos elementos ou serviços acessórios concretos e tangíveis (hotéis, restaurantes, equipamentos, diversos), passando de um conceito a um produto acabado pronto a ser utilizado ou consumido pelo turista. Por exemplo, se uma estância balnear é o produto essencial, o produto formal será os hotéis e os comércios que aí se localizam.

O **produto alargado**, segundo Tocker (*Ibid.* P.183), é um produto integrado e adaptado ao cliente final. Sendo que é resultante dos elementos tangíveis e intangíveis da oferta feita a ele. Refere os benefícios psicológicos trazidos pelo produto e pelo elemento «imagem» baseado nos mecanismos de percepção subjectivos dos turistas e clientes. A imagem é determinada por elementos variados e complicados de delimitar e converte-os em operacionais. São eles: elementos físicos (arquitectura, clima, sítio natural, etc.) e por elementos de foro psicológico (ambiente, estilo de vida, nível social do cliente). Englobando todos esses conceitos, BAPTISTA (1990) afirma:

“Numa visão ampla e diversificada, o produto turístico é uma mistura de tudo quanto uma pessoa pode consumir, utilizar, experimentar, observar e apreciar durante uma viagem ou uma estada, o que inclui por exemplo, serviços de agências de viagens, alojamentos hoteleiros, restaurantes, transporte, diversões, aquisição de produtos de recordação, contactos sociais com outros turistas e populações locais, frequência de praias, circuitos no campo e na montanha, caça e pesca, visita a castelos, museus palácios etc., [...] sensibilidade à beleza da paisagem e à amenidade do clima, à limpeza das ruas, ao ambiente cívico, às condições de transporte, à preservação e conservação dos locais de interesse turístico, etc.”

1.7.1- Especificidades do produto turístico

Segundo Morrison (apud Costa, Rito, Aguiar, 2001, p. 7) a indústria turística surge incorporando um conjunto de características comuns aos demais serviços, porém, é descrito também por algumas características próprias.

Tocker (1999, p. 184) diz que “ O produto turístico é essencialmente uma amálgama de elementos tangíveis e intangíveis.” Faz ainda a distinção desses elementos apontando, aquilo que chamou de o “quadro físico básico do produto” (panorama, montanha, cidades), a infra-estrutura específica (alojamento, restauração complexos desportivos) e os produtos conexos (*rent-a-car*, excursões, etc.), como fazendo parte dos elementos tangíveis. Quanto aos elementos intangíveis dividiu-os em duas ordens: os **serviços** (restauração, os comércios, a animação e outros) e os **elementos psicológicos** (o luxo, a classe social, o exotismo)

Segundo Kripendorf (apud, DE ROSE, 2002, p.46) as seguintes particularidades caracterizam a natureza do produto turístico:

- Produção no local de consumo;
- Impossibilidade de armazenamento. Aquilo que não for vendido hoje jamais será recuperado (um quarto de hotel por exemplo);
- Complementaridade dos elementos do produto turístico os torna interdependentes. A falta de um pode comprometer o outro;
- O produto turístico é estático, ou seja, é impossível mudar a sua localização;
- Diversidade do produto turístico.

2 - Impactos do Turismo

O entendimento dos impactos que o turismo causa ao meio ambiente é importante compreendermos primeiramente o ambiente como meio natural e suas dimensões socioculturais e económicas.

O turismo provoca impactos tanto benéficos como nefastos, os quais ocorrem no tempo e no espaço, envolvendo o homem, a sociedade e o meio natural.

Para RUSCHMANN apud Oliveira (2004, p. 152)

“Os impactos do turismo referem-se à gama de modificações ou à sequência de eventos provocados pelo processo de desenvolvimento turístico nas localidades receptoras. As variáveis que provocam os impactos têm natureza, intensidade, direcções e magnitude diversas; porém, os resultados interagem e são geralmente irreversíveis quando ocorrem no meio ambiente natural.”

Retira-se dessa ideia que muitas vezes, não se trata apenas de um factor isolado que causará maior impacto numa localidade. É a ordem sequencial das acções que ditam os resultados obtidos. O turismo pode despoletar grandes benefícios, seja de ordem social, económica, cultural. Repara-se que a melhoria de cada um desses aspectos implicará directamente na melhoria do outro. Mas os impactos negativos são necessariamente aqueles mais importantes a referir e analisar e normalmente são os mais difíceis de antever e avaliar, principalmente quando ocorrem no meio ambiente físico e nos processos culturais.

Múltiplas variáveis condicionam os impactos do turismo, nessa óptica METHIESON e WALL, apud (Ibid., p. 35), destacam cinco razões que dificultam a avaliação dos impactos sobre o meio ambiente:

1. O homem vem modificando a Terra há milhares de anos; logo, torna-se difícil o estabelecimento de uma base para medir as modificações. O uso público de diversos destinos turísticos acontece há tanto tempo que é quase impossível compreender o meio ambiente sem os efeitos do turismo;

2. É impossível dissociar o papel do homem do da natureza. Mesmo sem a intervenção humana, o meio ambiente se altera, dificultando a definição das bases para os estudos de impactos. Muitos dos efeitos do turismo sobre o meio ambiente são resultados de processos ambientais normais, que ocorrem independentemente da acção do homem;
3. As complexas interações do turismo fazem com que o impacto total da actividade seja quase impossível de medir. Os impactos primários podem dar origem aos secundários e aos terciários, gerando repercussões sucessivas, impossíveis de rastrear ou monitorar;
4. Existe descontinuidade espacial e temporal entre causa e efeito (por exemplo, a erosão em certa área pode acarretar depósitos em outra, prejudicando o fluxo de águas e provocando a extinção de algumas espécies da fauna e da flora). É necessário um espaço de tempo considerável para que os impactos de uma actividade sejam aparentes;
5. O problema reside na identificação das variáveis a considerar na indicação das mudanças provocadas pelo turismo e, consequentemente, na determinação do que medir. Assim outro problema complementar se apresenta na atribuição de valores aos indicadores seleccionados, uma vez que a importância dos impactos varia nos diversos sistemas estudados.

De acordo com DIAS E AGUIAR (2002) alguns dos benefícios trazidos para as comunidades pelo desenvolvimento do turismo são:

- Revalorização das propriedades rurais em função da utilização dos solos para o estabelecimento de actividades prestadoras de serviços;
- Construção de novas vias de comunicação agregando a isso novas infra-estruturas de apoio ao turista que servem também ao uso da população local;
- Maior valorizações das áreas naturais como recurso turístico que passam ser vistos pelos proprietários como fonte de renda;

- Criação de novos postos de trabalho.

Pode-se ver a grande importância que o turismo terá principalmente nas populações rurais. Esses mesmos autores enumeram também alguns aspectos negativos para as regiões que devem ser considerados:

- Compactação, Grande urbanização das zonas rurais sem planeamento e infra-estruturas sanitárias adequadas;
- Aumento dos resíduos de todos os tipos;
- Aumento de pessoas nas zonas rurais o que leva a descaracterização do meio social e cultural;
- Modificações significativas e irreversíveis na paisagem natural degradação da infra-estrutura e de atractivos e elementos naturais, erosão e abertura atalhos em trilhas;
- *Stress* e desaparecimento da fauna em razão da presença humana;
- Necessidade de sacrifício de áreas para instalação de infra-estrutura; (provocados por barulho, cheiros, cores estranhos ao ambiente).

A conclusão que se pode tirar é que a exploração dos recursos naturais sem um planeamento prévio, embora gerando dividendos económicos as regiões, provoca tais impactos que poderão acabar com esses mesmos. Logo o planeamento prévio no que toca a instauração e desenvolvimento do turismo nas regiões é indispensável.

2.1 Impactos do turismo no meio rural

Segundo Zimmermann & Guisan (2000), o turismo rural abrange:

“ Todas as actividades turísticas endógenas desenvolvidas no meio ambiente natural e humano, pois apresenta muitos pontos comuns com outras actividades

no mesmo espaço, por exemplo, turismo ecológico, turismo cultural turismo de aventura e turismo desportivo.”

Esse conceito traduz a ideia de que o turismo rural abarca em si tudo o que realmente identifica uma região junto com o seu povo e que esse tipo de turismo oferece aquilo que há de mais puro numa região que é a sua população. Isso poderá trazer não só consequências positivas com também acarreta sacrifícios que poderão tornar-se em problemas graves e por vezes irreversíveis nas regiões e populações e quando o turismo não é bem planeado.

Dias e Aguiar (2002) apresentam do ponto de vista socioeconómico os seguintes impactos positivos:

- Ressurgimento de actividades e produtos tradicionais;
- Diversificação das actividades, diminuindo a dependência em relação ao sector primário;
- Maior valorização do património cultural por parte da população permanente;
- Fixação da população rural diminuindo o êxodo urbano.

Quanto aos riscos:

- Pode ocorrer a diminuição das actividades agrárias, com a consequente diminuição da produção de alimentos;
- Ocorrência de uma falsa visão das possibilidades do turismo e equivocadamente tornar-. Se uma espécie de panaceia económica;
- A identidade cultural local pode perder-se o que pode diminuir o fluxo de turistas, que são atraídos justamente pela autenticidade.

3 - Planeamento do Turismo

Planear implica antever o futuro e de alguma forma conseguir orientá-lo para que vá de encontro as nossas expectativas. Friedmann (apud VIEIRA 2007 p. 29) dizia que “planeamento é uma actividade pela qual o homem agindo em conjunto e através da manipulação e controlo consciente do meio envolvente, procura atingir certos fins já anteriormente por si especificados.”

Já Godet (*ibid* 2007) apresenta uma definição mais prospectiva. Para ele o planeamento é um processo que consiste em conceber um futuro almejado defendendo que o futuro não se prevê, prepara-se e o destino não se sofre, controla-se, bem como os meios para lá chegar.

Analizando esses dois conceitos pode-se chegar a conclusão que planear implica criar acções a serem estabelecidas para alcançar os objectivos almejados tendo a consciência que estas estarão sempre sujeitas as influências do meio envolvente, influências essas que não podem ser previstas mas sim imaginadas e assim preparadas.

Para que o processo de planeamento seja bem-sucedido é indispensável que seja seleccionado e utilizado o tipo de planeamento adequado à situação concreta sobre a qual se pretende actuar. Os tipos de planeamento são definidos segundo vários critérios mas os mais utilizados são o âmbito geográfico (onde se aplica), a duração (durante quanto tempo) e o conteúdo pragmático (planear o quê, para quê, para quem).

Por prazo refere-se durante quanto tempo serão desenvolvidas as acções par que se possa atingir os objectivos delineados nesse caso poderá ser um projecto a curto prazo (até um ano), a médio prazo (de um a cinco anos) e a longo prazo (a mais de 5 anos)

Quanto ao âmbito geográfico caracterizar-se-á por ser referente a um Grande Espaço (continental), Nacional, Regional e Local. O quadro abaixo classifica os intervenientes no sector turístico a nível local.

Âmbito geográfico e níveis de intervenção	Actores do poder público	Actores privados
Local	<ul style="list-style-type: none">• População local• Câmaras municipais• Empresas municipais	<ul style="list-style-type: none">• População local• Hoteleiros autónomos• Restauração• Agentes de viagens independentes• Empresas de animação turística• Organizadores de eventos locais

TABELA 1 - MATRIZ DE ÂMBITO GEOGRÁFICO E ACTORES TURÍSTICOS DO

Fonte: Adaptado (VIEIRA, 2007 p.37)

4 - Desenvolvimento sustentável

Para se debruçar sobre o tema turismo sustentável, *a priori* é essencial invocar os conceitos que lhe deram origem, ou seja, aos princípios do desenvolvimento sustentável, que pretende reflectir uma política e estratégia de desenvolvimento económico e social contínuo, sem colocar em risco o ambiente e os recursos naturais, de cuja qualidade depende a continuidade da actividade humana e do desenvolvimento.

O conceito normativo básico de desenvolvimento sustentável foi elaborado inicialmente pelo Canadense MAURICE STRONG e emergiu na Conferência de Estocolmo (1972), da qual foi Secretário-Geral. Foi designado à época como “abordagem do desenvolvimento” e

fundado em três eixos: equidade social, prudência ecológica e eficiência económica. (*apud* OLIVEIRA, 2004 p.38)

A definição mais aceite para desenvolvimento sustentável é o desenvolvimento capaz de suprir as necessidades da geração actual, sem comprometer a capacidade de atender as necessidades das futuras gerações. É o desenvolvimento que não esgota os recursos para o futuro.⁹ O desenvolvimento económico é vital para os países mais pobres, mas o caminho a seguir não pode ser o mesmo adoptado pelos países industrializados. Para ser alcançado, o desenvolvimento sustentável depende de planeamento e do reconhecimento de que os recursos naturais são finitos. Esse conceito representou uma nova forma de desenvolvimento económico, que leva em conta o meio ambiente.¹⁰

Foi o relatório "O Nosso Futuro Comum" que adoptou a expressão "desenvolvimento sustentável". O documento, da responsabilidade da Comissão Mundial para o Ambiente e Desenvolvimento pela Assembleia Geral das Nações Unidas (CMMAD), criada em 1983, identifica os principais problemas ambientais que travam o desenvolvimento de muitos países do Sul e estabelece o ambiente como prioridade internacional.¹¹

Assim, o termo desenvolvimento sustentável foi definido pela CMMAD (*apud* ROSE) como, um processo de transformação no qual a exploração dos recursos, a direcção dos investimentos, a orientação da evolução tecnológica e a mudança institucional se harmonizam e reforçam o potencial presente e futuro, a fim de atender às necessidades e aspirações humanas.

⁹ www.org.br- o que é o desenvolvimento sustentável

¹⁰ <http://ambiente.hsw.uol.com.br/desenvolvimento-sustentavel.htm>

¹¹ <http://dossiers.publico.pt/noticia.aspx?idCanal=979&id=172410>

O Relatório BRUNTLAND¹² vai mais além ao incluir no conceito de desenvolvimento sustentável o factor tempo, no qual desenvolvimento sustentável é concebido como “o desenvolvimento que satisfaz as necessidades presentes, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de suprir suas próprias necessidades”.

A OMT (apud SOUSA, 2006, p.31) corrobora a mesma ideia. Define desenvolvimento sustentável como aquele que procura proporcionar uma vida melhor a todas as pessoas, de modo a que seja viável no futuro como o é no presente. Também a IUCN (União Internacional para a Conservação da Natureza) define-o como “aquele que atende as necessidades do presente sem comprometer a possibilidade das futuras gerações atenderem as suas próprias necessidades”.

Elaborado pela Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, faz parte de uma série de iniciativas, as quais reafirmam uma visão crítica do modelo de desenvolvimento adoptado pelos países industrializados e reproduzido pelas nações em desenvolvimento, e que ressaltam os riscos do uso excessivo dos recursos naturais sem considerar a capacidade de suporte dos ecossistemas. O relatório aponta para a incompatibilidade entre desenvolvimento sustentável e os padrões de produção e consumo vigentes.

Segundo o Relatório da Comissão Brundtland, elaborado em 1987, uma série de medidas devem ser tomadas pelos países para promover o desenvolvimento sustentável. Entre elas:

- Limitação do crescimento populacional;
- Garantia de recursos básicos (água, alimentos, energia) a longo prazo;
- Preservação da biodiversidade e dos ecossistemas;

¹² Documento intitulado “*Nosso Futuro Comum*” publicado em 1987

- Diminuição do consumo de energia e desenvolvimento de tecnologias com uso de fontes energéticas renováveis;
- Aumento da produção industrial nos países não industrializados com base em tecnologias ecologicamente adaptadas;
- Controle da urbanização desordenada e integração entre campo e cidades menores;
- Atendimento das necessidades básicas (saúde, escola, moradia).

No âmbito internacional, as metas propostas são:

- Adopção da estratégia de desenvolvimento sustentável pelas organizações de desenvolvimento (órgãos e instituições internacionais de financiamento);
- Protecção dos ecossistemas supranacionais como a Antártica, oceanos, etc., pela comunidade internacional;
- Banimento das guerras;
- Implantação de um programa de desenvolvimento sustentável pela Organização das Nações Unidas (ONU).

4.1 - Princípios da Sustentabilidade

A “construção” do desenvolvimento sustentável deve ser erigida em três bases fulcrais:

- **Sustentabilidade Económica** – deverá ser capaz de gerar riqueza nos diferentes níveis da sociedade tendo em conta os custos inerentes possibilitando as empresas e actividades a capacidade de se manterem a longo prazo
- **Sustentabilidade Ambiental** – impõe-se a conservação e gestão dos recursos naturais, particularmente os não renováveis. Requer acções para minimizar a poluição do ar, terra e água, e a conservação da diversidade biológica e da herança natural.
- **Sustentabilidade Social**, uma dos mais importantes e talvez o menos abrangido. Significa respeitar os direitos humanos e oportunidades iguais para todos. Requer uma distribuição

equitativa dos benefícios, com o foco na erradicação da pobreza. Tem o seu ênfase nas comunidades locais, mantendo e reforçando os seus sistemas de suporte de vida, reconhecendo e respeitando as diferentes culturas e evitando qualquer forma de exploração.

Molina (2001p. 183) identifica nove princípios directivos vinculados entre si que passam a ser apresentados em ordem hierárquica

1. Respeitar e cuidar da comunidade dos seres vivos
2. Melhorar a qualidade da vida humana
3. Conservar a vitalidade e a diversidade da Terra
4. Reduzir a mínimo o esgotamento dos recursos não renováveis
5. Manter-se dentro da capacidade de sustentação da Terra
6. Modificar as atitudes e as práticas sociais
7. Facultar às comunidades o cuidado do seu próprio meio ambiente
8. Proporcionar um quadro nacional para integração do desenvolvimento e da conservação
9. Forjar uma aliança mundial

4.2 - Turismo Sustentável

O desenvolvimento sustentável empresta as bases de discussão do turismo sustentável, já que, estes conceitos estão estreitamente relacionados. Conservando os recursos ambientais que poder-se-á garantir a exploração regrada dos recursos naturais satisfazendo a necessidade do momento, sem comprometer a capacidade para atender futuras gerações.

Não se pode conceber a visão do turismo de forma exploratória, pensando somente no lucro. São necessárias acções que visem o desenvolvimento local de forma planeada para que a actividade turística seja auto sustentável, gerando desenvolvimento da comunidade

receptora, fortalecendo a identidade do morador no sentido de ser incluído no processo de construção da sua própria história.

Os recursos turísticos de que dispõem os países estão constituídos por sua vez no espaço, bens e valores. Trata-se de recursos cujo emprego não pode deixar-se a uma utilização descontrolada sem correr o risco da degradação, e mesmo de sua destruição. A satisfação das necessidades turísticas não deve constituir uma ameaça para os interesses sociais e económicos das populações das regiões turísticas, para o meio ambiente, especialmente para os recursos naturais, atracção essencial do turismo, nem para os lugares históricos e culturais. Todos os recursos turísticos pertencem ao património da Humanidade. As comunidades nacionais e a comunidade internacional inteira devem desenvolver os esforços necessários para sua preservação. (DIAS, 2003, p. 55)

Um conceito relativamente recente da WTTC/WTO, empregado para espelhar a necessária análise e gestão do turismo não apenas como um negócio mas também como uma experiência social. WTTC/WTO, é aquela que atende as necessidades dos turistas e das regiões receptoras, ao mesmo tempo que preserva e fomenta oportunidades para o futuro com a incumbência de zelar pela preservação de todos os recursos de tal forma que as necessidades económicas, sociais e estéticas podem-se satisfazer sem deixar de conservar a integridade cultural da região nomeadamente os processos ecológicos, a diversidade biológica e os sistemas de suporte da vida. (*apud* NATURA, 2000, 2006)

Para a OMT (1999), o desenvolvimento sustentável do turismo deve satisfazer as necessidades dos turistas e dos hotéis das diferentes regiões, tendo sempre em conta as oportunidades futuras. Deve visar uma forma de gestão dos recursos de tal forma que as necessidades económicas, sociais e estéticas possam estar satisfeitas, preservando sempre a integridade cultural, ecológica e ambiental.

Para Pires *apud* SOUSA (2006), a alternativa para minimizar a questão da degradação ambiental, provocada pelo modelo económico até hoje adoptado, é a opção do

desenvolvimento sustentável, que visa à reflexão sobre padrões actuais de consumo e utilização de recursos naturais renováveis e não renováveis. Contemplando o turismo sob este enfoque, Pires conclui que só assim, alcançar-se-á o tão aclamado turismo sustentável, que tem como objectivo o “atendimento das necessidades de lazer dos turistas e a necessidade de desenvolvimento das localidades visitadas, sem que isso comprometa o meio ambiente o qual se visita”.

Encontra-se, na literatura especializada, diversos textos que discorrem sobre a sustentabilidade aplicada ao turismo, fomentando a discussão sobre a integração entre o uso turístico e preservação do meio ambiente e, alertando, ainda, sobre a responsabilidade social na instalação de empreendimentos, voltados não somente para o lucro, mas também para proporcionar a melhoria da qualidade de vida das populações fixas de núcleos receptores. (RUSCHMANN, 1997 *apud* SOUSA, 2006).

5 - Turismo e o Ambiente

5.1 - Turismo de natureza/ecoturismo (Conceitos)

Tentar uma definição suficientemente precisa a respeito do ecoturismo revela-se uma tarefa difícil semelhante a todos os outros temas relacionados com o “universo” complexo que é o Turismo. Em LEW, HALL & WILLIAMS, (2004, p.542) pode-se encontrar o seguinte comentário “definir o ecoturismo é tão esquivo, como os animais em certas paragens”.

A definição de “*ecoturismo*” da Ecoturismo Society é a de “*turismo consciente*”, no sentido da conservação dos ambientes naturais e da sua sustentação, e do bem-estar das populações locais. (apud CTP 2005, p.636).

DIAS & Aguiar, (2002, p.97), definem ecoturismo como sendo “toda a forma de turismo baseado na natureza, em que a motivação principal dos turistas seja observar e apreciar essa natureza ou culturas tradicionais dominantes nas zonas rurais.”

Cunha entremeia o ecoturismo dentro do turismo de natureza especificando duas formas diferentes de manifestação: o **turismo ambiental** que relaciona com os vários aspectos da terra, do mar e do céu e com o seu estado de pureza, e o **turismo ecológico** ou ecoturismo que inclui as viagens para áreas naturais com o fim de observar e compreender a natureza e a história natural do ambiente tendo o cuidado salvaguardar a integridade do ecossistema. (CUNHA, 2007)

Dentro dos pressupostos do “Turismo Comunitário” obteremos uma opinião mais elaborada da CTP (2005) definindo ecoturismo como sendo o tipo de turismo consciente dirigido para a conservação do ambiente e funcionando como sustentáculo proporcionando o bem-estar das populações autóctones.

Nesta mesma linha de pensamento a EMBRATUR (*apud* Dias & Aguiar, 2002) define o ecoturismo como sendo um segmento de actividade turística que utiliza de forma sustentável o património natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações envolvidas.

Dessa forma o ecoturismo engloba directamente os princípios de turismo sustentável, relativamente aos impactos económicos, sociais e ambientais do turismo e é assim que Wight (*apud* Dias, Aguiar 2002, p101) apresenta alguns desígnios que devem fundamentar o ecoturismo sustentável:

- Não deve degradar os recursos e deve ser desenvolvido de maneira completamente ambiental;

- Deve possibilitar experiências participativas e esclarecedoras em primeira mão;
- Deve promover a educação em todos os seguimentos envolvidas comunidades locais, governo, organizações não-governamentais, indústrias e turistas;
- Deve implicar a aceitação dos recursos tais como são e reconhecer os seus limites;
- Deve promover a compreensão e as parcerias entre muitos dos envolvidos, governo, organizações não-governamentais, as indústrias, cientistas e população local;
- Deve promover responsabilidades e um comportamento moral e ético em relação ao meio ambiente natural e cultural, por parte de todos os envolvidos;
- Deve trazer benefícios a longo prazo – para os recursos naturais e culturais, para a comunidade e para as indústrias locais;
- Deve assegurar que nas operações de ecoturismo a ética inerente a práticas ambientais responsáveis se aplique não apenas aos recursos externos (naturais e culturais) que atraem turistas, mas também a suas operações internas

O *Ecoclub*¹³ elege o ecoturismo como um estado ideal de um turismo que minimiza seu próprio impacto ambiental, patrocina a conservação ambiental, patrocina projectos que promovam igualdade e redução da pobreza em comunidades locais, aumente o conhecimento cultural e ambiental e o entendimento intercultural e que seja financeiramente viável e aberto a todos.

Os visitantes apreciam atravessar as montanhas e as florestas, e observar as relações entre as pessoas e a terra. Este tipo de turismo é praticado por pessoas que apreciam a natureza, onde se destacam os turistas de alta renda que procuram manter contacto com os elementos que já desapareceram das grandes cidades. ROSE (2002, p.9)

¹³ *International Ecotourism Club* - <http://ecoclub.com/>

A OMT (2014), considera que 10% das pessoas que viajam pelo mundo são ecoturistas, demonstrando assim que este segmento vem crescendo, levando com que os vários destinos venham a procurar formas de promover o seu produto de forma a beneficiar desse potencial.

As actividades desenvolvidas dentro do ecoturismo são aquelas apontadas como não agressoras ao meio ambiente e que permitem o contacto total com a natureza. Dias & Aguiar (2002) enumeram algumas actividades do ecoturismo, realçando as seguintes:

- Asa delta, pára-quedismo, balonismo – actividades desportivas de voo, sem sentido de competição;
- *Canyoning* – descida de penhascos e/ou cachoeiras, com auxílio de equipamento especial;
- *Conoeing, cayaking* – navegação em rios, lagos ou oceanos coma utilização de canoas a remo ou caiaques;
- Cicloturismo – viagens/passeios de bicicleta, realizados por estradas asfaltadas e/ou sem pavimentação;
- Escalada/*climbing/alpinismo* – actividade desportiva praticada em rocha ou gelo, sem sentido de competição;
- Espeleologia – visita/exploração de cavernas com ou sem finalidades de estudos ambientais;
- Estudo do meio – visitas com fins claramente educacionais, realizadas em geral por público escolar;
- Mergulho – actividade desportiva praticada em ambiente aquático, com ou sem equipamento de respiração artificial;
- Montanhismo – actividade praticada em ambiente de montanha, pode incluir escaladas e ou caminhadas;

- *Mountain biking* – actividade desportiva realizada em trilhas e/ou estradas sem pavimentação, com bicicletas especiais para terrenos acidentados, sem sentido de competição;
- Observação astronómica – actividade voltada para a observação de fenómenos celestes;
- Observação da fauna e flora – actividade voltada para a observação de espécies particulares;
- Pesca desportiva – actividade de pesca solte;
- Safari fotográfico – viagem cujo objectivo principal é a realização de fotografias,
- Spa ecoturístico – com técnicas de relaxamentos exercícios anti-stress;
- *Trekking* – caminhada com duração de mais de um dia;
- Turismo equestre/toupeirismo – andar a cavalo;
- Turismo esotérico – tipo de viagem com actividade ao ar livre e motivação mística, espiritual ou sobrenatural;
- Turismo rural/agro-turismo – viagem que envolve vivência em propriedades rurais.

Os desportos a motor e actividades afins (motociclismo, veículos *off-road*, motonáutica etc.) não são considerados compatíveis com o aproveitamento ecoturístico de áreas naturais, pela intensidade dos seus impactos na natureza.

A OMT (*apud* CTP, 2005), considera que este segmento vem crescendo, levando com que vários destinos venham a procurar formas de promover o seu produto de forma a beneficiar desse potencial. Os consumidores desse segmento de turismo procuram como principais destinos as áreas protegidas, dispensando assim os grandes hotéis. Em geral, fazem viagens mais longas e estão dispostos a gastar o dobro dos turistas não orientados para a natureza. O denominado “ecoturista” tem mais de 30 anos, sem diferenciação significativa entre

homem e mulher, gosta de actividades ao ar livre e procura experiências novas e conhecimento.

5.2 - Turismo Rural

Tem-se observado pelo mundo que o turismo aparece como um elemento novo no panorama económico do mundo rural, sendo considerado, inclusive, como uma actividade económica relevante na busca de melhorias nas condições de vida dos agricultores familiares, os quais diversificam as suas formas de trabalho visando ampliar os seus níveis de renda.

O turismo rural é o deslocamento de pessoas a espaços rurais, em roteiros programados ou espontâneos, com ou sem pernoita para gozar dos cenários e instalações rurais. O turismo rural tem características próprias bem definidas. Baseia-se no desenvolvimento de uma oferta de serviços de lazer e hospedagem em propriedades rurais no campo em pequenas, médias e grandes propriedades. (BENI, 1999).

Deve incentivar o contacto entre os turistas e os autóctones, proporcionando um ambiente familiar. Tem como principal objectivo desenvolver o combinado económico rural, contribuindo para o aumento do rendimento das populações locais e criando condições para o crescimento da oferta de emprego e fixação das populações.

Zimmermann & Guisan (2000) define turismo rural como sendo: “como um produto que atende à demanda de uma clientela turística atraída pela produção e pelo consumo de bens e serviços no ambiente rural produtivo.”

Para Quintas (*apud* BENI, 1999), Turismo no Espaço Rural consiste no conjunto de actividades e serviços realizados e prestados mediante remuneração em zonas rurais, segundo diversas modalidades de hospedagem, de actividades e serviços complementares de animação e diversão conjunta, tendo em vista a oferta de um produto turístico completo

e diversificado no espaço rural. Compreende os serviços de hospedagem prestados nas seguintes:

Turismo de Habitação é o serviço de hospedagem de natureza familiar prestado a turista em casas antigos particulares que, pelo seu valor arquitectónico, histórico ou artístico sejam representativas de uma determinada época, nomeadamente os solares e casas apalaçadas.

Agro-turismo é um serviço de hospedagem prestado em casas particulares utilizadas simultaneamente como habitação do proprietário, integradas em explorações agrícolas que permitam aos hóspedes o acompanhamento e conhecimento da actividade agrícola ou a participação nos trabalhos aí desenvolvidos.

Turismo de Aldeia - serviço de hospedagem prestado em um empreendimento composto pelo mínimo de cinco casas particulares situadas numa aldeia e exploradas de forma integrada sejam elas ou não utilizadas como habitação própria dos seus proprietários.

Casas de Campo - designam-se de Casa de campo as casas particulares e as casas de abrigo situadas em zonas rurais que prestam um serviço de hospedagem, quer seja ou não utilizada como habitações próprias dos seus proprietários.

5.3 - Turismo e desenvolvimento regional e local

O turismo com base local ou regional constitui numa mediação possível de dar algum dinamismo económico aos lugares, representada pela possibilidade de geração local ou regional de ocupação e renda.

O desenvolvimento local alavanca a possibilidade de conciliar 5 objectivos: **preservação/conservação ambiental; identidade cultural; geração de ocupações produtivas e de renda; desenvolvimento participativo e qualidade de vida.**

O turismo tem efeito directo e indirecto na economia de uma localidade ou região. Os efeitos directos são os resultados das despesas realizadas pelos turistas dentro dos próprios equipamentos e de apoio, pelos quais o turista pagou directamente. Os efeitos indirectos do turismo são resultantes da despesa efectuada pelos equipamentos e prestadores de serviços turísticos na compra de bens e serviços de outro tipo. Trata-se de um dinheiro que foi trazido pelo turista, mas que será gasto por outrem que o receberá do turista em primeira mão. Numa terceira etapa de circulação do dinheiro do turista estão os efeitos induzidos, que são constituídos pelas despesas realizadas por aqueles que receberam o dinheiro dos prestadores dos serviços turísticos e similares. (BARRETO, 1995)

O sector público beneficia-se da actividade de duas formas: indirectamente, através dos impostos que arrecada da empresa privada, e directamente, pelas taxas que cobra dos turistas, como visita às atracções, etc.

Conclui-se que o desenvolvimento local alavanca a possibilidade de conciliar 5 objectivos: **preservação/conservação ambiental; identidade cultural; geração de ocupações produtivas e de renda; desenvolvimento participativo e qualidade de vida.**

6 - Turismo Comunitário – Percursor de Desenvolvimento Local

É um tipo de turismo desenvolvido pela própria comunidade local (moradores), que são os dinamizadores e os construtores da cadeia produtiva, onde a renda e o lucro ficam na comunidade e contribuem para a melhoria da qualidade de vida, faz com que todos se sintam capazes de contribuir e organizar as estratégias de desenvolvimento do turismo. (fonte.

De acordo com Costa *et al* (2001), no contexto das tendências sociais em turismo, os aspectos que se pretendem realçar, dado o impacto para as populações dos países receptores, são os tipos de produtos que os turistas consomem, bem como os destinos que visitam.

O termo comunidade tem sido frequentemente utilizado por sociólogos para caracterizar uma forma fundamental de agrupamento primário. Embora haja uma ampla variedade na compreensão do conceito, ora opondo-o à sociedade (Tönnies), ora limitando-o a grupos pequenos (Chinoy), ora opondo espontaneidade à construção racional (Mac Iver). A maioria dos autores refere-se a uma ideia de todo que Weber denomina ‘sentimento de nós’. (WEBER, 1972)

Para este autor, comunidade refere-se “a uma relação social quando e na medida em que a atitude na acção social (...) repousa no sentimento subjectivo dos participantes de pertencer (afectiva ou tradicionalmente) ao mesmo grupo.” (WEBER, *op cit*, p.25).

A partir dos anos 50, a ONU empenhou-se em sistematizar e divulgar o desenvolvimento comunitário como:

ode programas que se destinam a elevar o padrão das suas vidas. Isso implica na colaboração indispensável entre os governos e o povo para tornar eficazes os esquemas de desenvolvimento viáveis e equilibrados” (AMMANN, 1981, p.147)

Um tipo de turismo que se vem evidenciando cada vez mais entre as populações rurais pelo mundo, sendo com mais expressividade na América do Sul. O Brasil vem ganhando destaque graças a vários exemplos de projectos de turismo comunitário que vem criando com o intuito de ajudar as populações rurais a conseguirem o seu sustento próprio e ajudando também na divulgação e protecção da cultura e desenvolvimento das regiões pouco favorecidas económicas mas ricas em riquezas naturais e humanas.

Para CORIOLANO (2003) o Turismo Comunitário:

“É aquele desenvolvido pelos próprios moradores de um lugar que passam a ser os articuladores e os construtores da cadeia produtiva, onde a renda e o lucro ficam na comunidade e contribuem para melhorar a qualidade de vida; levar todos se sentirem capazes de contribuir, e organizar as estratégias do desenvolvimento do turismo.”

O Turismo Rural associada ao ecoturismo constitui os pilares base para projectos de turismo comunitário em regiões rurais com populações autóctones. Esses oferecem o seu meio ambiente como oferta turística para os visitantes, meio esse que engloba tanto recursos naturais locais (montanhas, fauna, flora, mar, etc.) como também o seu modo de viver designadamente a sua cultura com todos os seus hábitos e costumes. Por outras palavras exigindo uma abertura e entrega total aos que chegam. Para isso, é importante um trabalho sério e directo com a população de forma a conseguir o maior envolvimento possível da comunidade local possível.

Neste sentido Heras (*apud* DINIS, 2005, p. 94) afirma que:

“ [...] As populações que vivem em torno ou no interior de parques naturais, reservas ou áreas protegidas vêem o ecoturismo como uma actividade económica que permite não só proteger o ambiente mas também obter recursos financeiros e materiais.”

O próprio Dinis, através dos estudos que fez, corrobora essa ideia dizendo que:

“Além de trabalharem em hotéis, como guias ou condutores, muitos habitantes das comunidades rurais negociam uma parte dos benefícios decorrentes do turismo, pedindo por exemplo uma percentagem das receitas das entradas dos parques ou a concessão exclusiva da venda de artesanato.” DINIS (2005, p. 95)

O turismo comunitário destaca-se pela mobilização da comunidade na luta por seus direitos contra grandes empreendedores da indústria do turismo de massa que pretendem ocupar seu território ameaçando a qualidade de vida e as tradições da população local.

A maioria delas aceita passivamente a proposta, enquanto outras abraçam a ideia de crescimento, buscando no turismo ferramentas para o desenvolvimento local, além de auto beneficiarem com a produção e venda de produtos e prestação de serviços. As mesmas aderem ao associativismo através de cooperativas e organizações comunitárias.

Embora as comunidades não sejam homogêneas ou harmónicas e possam conter divisões internas, o ‘sentimento de nós’ que as caracteriza lhes proporciona uma identidade social comum e a obtenção de lealdades que transcendem as exigências de muitos outros grupos.

Nesse sentido Castells (1999) expõe a ideia de que a comunidade (este ‘sentimento de nós’) configura uma identidade que é construída e cujo significado precisa ser desvendado. Este processo de construção (ou descoberta) está associado à necessidade de ser conhecido, de modo específico, pelos outros. A mesma comunidade pode conter identidades múltiplas, e esta pluralidade é a fonte de tensão e contradição, tanto na auto-representação quanto na acção social.

Alcântara (2003, p.28), por sua vez afirma que a ideia de gestão participativa tem mostrado que, em várias partes do mundo, é uma forma mais democrática de planejar e executar, contribuindo de modo mais eficiente para a sustentabilidade da natureza e da actividade turística.

Como se sabe uma das ferramentas utilizadas para avaliar o desenvolvimento de um país baseiam-se em indicadores económicos, o PIB – Produto Interno Bruto, que indica o crescimento económico mas o desenvolvimento em si não é identificado, e nas comunidades

esse indicador implica essencialmente na melhoria da qualidade de vida das pessoas. Com a promoção do turismo surgem espaços para as comunidades, que são levadas à transformação das mesmas em núcleos receptores de turismo ajudando assim ao seu desenvolvimento.

Entende-se então, para que ocorra o tão esperado desenvolvimento, é preciso dar prioridade a satisfação de algumas necessidades humanas no que diz respeito à saúde, educação, moradia, lazer e emprego. Esses factores implicam directamente no processo de crescimento do indivíduo uma vez que o mesmo necessita de independência para actuar em grupo tornando-se protagonista de seu próprio desenvolvimento e o da comunidade. Pode-se dizer que a participação pode ser visto como um processo de mobilização social e espacial de construção da cidadania. É nesse sentido que o turismo comunitário poderá ajudar as pessoas a conseguirem o seu desenvolvimento pessoal e também da sua região.

Tratando-se da actividade turística e desenvolvimento, CORIOLANO (2003, p.130) afirma que: “O desenvolvimento só se dá quando todas as pessoas são beneficiadas, quando atingem a escala humana e o turismo tanto pode se vincular ao crescimento económico concentrado, como ao desenvolvimento social, o chamado desenvolvimento local”.

Segundo Dowbor (1998, p.44) “a humanização do desenvolvimento passa pela reconstituição dos espaços comunitários”. Seguindo a mesma ideia, Castells (*apud* CORIOLANO, 2003, p.28) diz-nos que essa dimensão:

“ [...] se revela em toda sua importância. Uma vez que a base de acções comunitárias seja o espaço dividido quotidianamente, havendo a necessidade de sua constituição em um novo referencial para seus membros, de modo que suas identidades sejam reconstruídas em torno do local.”

Para os ecoturistas é muito importante o nível de envolvimento da comunidade local nas actividades ligadas à sua visita. O que se quer é que os habitantes do entorno ou residentes em determinada área com atributos turísticos sejam os mais beneficiados com a actividade.

Tratando-se da actividade turística e desenvolvimento, Coriolano (2003, p.130) afirma que “o desenvolvimento só se dá quando todas as pessoas são beneficiadas, quando atingem a escala humana e o turismo tanto pode se vincular ao crescimento económico concentrado, como ao desenvolvimento social, o chamado desenvolvimento local”.

Este modelo de turismo através do desenvolvimento comunitário é capaz de melhorar a renda e o bem-estar dos moradores, preservando os valores culturais e as belezas naturais.

Turismo comunitário é aquele desenvolvido pelos próprios moradores de um lugar que passam a ser os articuladores e os construtores da cadeia produtiva, onde a renda e o lucro ficam na comunidade e contribuem para melhorar a qualidade de vida; levar todos se sentirem capazes de contribuir, e organizar as estratégias do desenvolvimento do turismo. (CORIOLANO, 2003 p. 45)

O turismo comunitário vem sendo considerado uma actividade de baixo impacto ambiental, uma possibilidade de sustentação económica e social para as regiões onde actividades tradicionais (como a pequena agricultura familiar, a pesca artesanal, entre outras) têm revelado seu esgotamento e demonstrado insuficiente para a manutenção das populações delas dependentes. (SOUSA, 2006)

Pode-se verificar que este tipo de turismo vem ganhando expressão pelo mundo, embora, ainda seja um modelo relativamente recente. Manifesta-se em serviços de hospedagem prestado ao turista em casas rústicas particulares utilizadas simultaneamente como habitação do proprietário, e pela sua troca, materiais construtivos e demais características, integram-se na arquitectura típica regional.

Considera-se, portanto o Turismo Comunitário como aquele que é determinado e controlado pelas populações locais e que grande parte dos seus benefícios permaneça na região. Surgindo uma nova versão do turismo de forma participativa em virtude de se ter como público-alvo a comunidade local, que se caracteriza pelo conjunto de pessoas que habitam num espaço físico delimitado no qual realizam grande parte das actividades quotidianas e que, além de possuírem uma cultura e identidades comuns, estão sujeitas à mesma estrutura social.

Percebe-se que a importância do desenvolvimento da comunidade local pode ser viável e constitui o objectivo de desenvolvimento sustentável, instrumento fundamental na determinação e selecção das prioridades para a evolução harmoniosa do turismo.

O turismo comunitário destaca-se pela mobilização da comunidade na luta pelos seus direitos contra grandes empreendedores da indústria do turismo de massa que pretendem ocupar seu território ameaçando a qualidade de vida e as tradições da população local.

CAPITULO IV – CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO

1 - Caracterização Geo-Ambiental

A área de estudo escolhida restringe-se as localidades de Ribeira do Calhau e Calhau situada a Este da ilha de São Vicente que por sua vez fica localizada no arquipélago de Cabo Verde. De acordo com o Guia Prático de Acesso ao Mercado de Cabo Verde (2001), o arquipélago de Cabo Verde é formado por 10 ilhas e por cinco ilhéus, subdivididas em dois grupos definidos pela posição em relação aos ventos predominantes: a Norte o grupo de Barlavento e a Sul o grupo de Sotavento. Fica situado a cerca de 450 km da Costa Ocidental Africana, entre os paralelos 14° 48' e 17° 12' de Latitude Norte e Meridianos e 22° 41' e 25° 23' Longitude a Oeste de Greenwich.¹⁴ Dispõe de uma zona marítima exclusiva que ultrapassa os 600 000 km².

Graças a essa localização favorecida o arquipélago passou a ser rota obrigatória e fundamental para as viagens marítimas como também para a comércio triangular de mercadorias e escravos, isso no século XVIII. Hoje com o desenvolvimento do turismo continua a estar na rota dos cruzeiros transatlânticos e dos iates de turistas. Outro aspecto que fez de Cabo Verde uma plataforma entre os continentes Europeu, Africano e Americano é a existência de um excelente ancoradouro natural em São Vicente protegida por uma baía semicircular de 2km de raio, que é considerada por muitos uma das mais belas do mundo. Oferecia e oferece um porto de abrigo seguro para qualquer tipo de embarcação graças a sua profundidade que varia entre os 10 e os 30 metros. Foi o local perfeito para a construção do Porto Grande que vem conferindo a Cabo Verde e principalmente a São Vicente uma vocação económica de prestação de serviços internacionais, que mantém desde a sua descoberta e povoamento.

¹⁴ GUIA TURISTICO DE CABO VERDE 2014

Segundo o relatório da GRANT THORNTON (2007), em 2005, o sector de prestação de serviços terá contribuído com 73,5% do PIB alimentado principalmente pelo sector de turismo, comércio e transporte. O turismo foi reverenciado como o sector com maior potencial de crescimento sendo que cooperou com 19,3% do PIB nacional o qual levou a previsão de um acréscimo para 30% em 2015 favorecendo a criação de aproximadamente 53000 postos de emprego. Segundo dados actuais, disponibilizados pela INE, sobre a taxa de variação do PIB entre os anos 2008 e 2011 podemos constatar um aumento 23% das áreas de alojamento e restauração em 2011. Todo o sector terciário terá tido um aumento de 9,8%.

No que se concerne a ilha de S. Vicente, segundo o Guia Turístico de Cabo Verde de 2007 a ilha possui uma extensão com 227km² de superfície, a ilha vizinha é a de Santo Antão, a segunda maior ilha do arquipélago de Cabo Verde. Tem o seu maior comprimento na direcção Leste Oeste entre a ponta de Machado e a ponta de Calhau entre 24km. A sua largura máxima situa-se na direcção Norte-sul entre a ponta de João Évora e a ponta de Lombinho, com 16km de extensão.

De origem vulcânica, a ilha é considerada semiplana, com vários maciços montanhosos sendo o Monte Verde, com 774 metros, o seu ponto mais alto.

1.1 - Caracterização da Ribeira do Calhau

Ribeira de Calhau é uma zona da ilha de São Vicente, em Cabo Verde. Pertence à freguesia de Nossa Senhora da Luz e ao concelho de São Vicente. O principal lugar é a aldeia piscatória de Calhau, situada no extremo Este da ilha, mesmo em frente da desabitada ilha vizinha de Santa Luzia, que lhe é quase sempre visível. É uma zona frequentemente visitada pelos Mindelenses, que vão, geralmente aos fins-de-semana, refrescar-se nas suas águas límpidas e comer peixe assado, pescado ali mesmo. “Espalmada entre Monte verde e a serra

do Madeiral, a Ribeira do calhau já foi o celeiro de S. Vicente”, assim diz Matilde Dias no seu artigo *Calhau Pedra Preciosa de São Vicente*¹⁵.

A escassez de água matou várias hortas e as que sobrevivem, fazem uma verdadeira engenharia para captar e poupar água. Ao longo da ribeira as bombas de vento são uma constante, servindo para levar água dos poços às plantações.

A zona de Ribeira de Calhau é formada pelos seguintes povoados: Bairro Branco Calhau Chã de Madeiral, Madeiral e outras comunidades postadas ao longo do quilómetro 10, 11, 12, 13 e 14.

Ribeira do calhau produz queijo de leite de cabra e vaca, hortaliças, frutas e ervas aromáticas. Uma visita às hortas é quase que obrigatória. Os visitantes serão sempre bem-vindos e poderão apreciar os queijos da terra, os doces locais ou uma linguiça caseira, acompanhada com um bom grogue. No fim da ribeira encontram-se as praias. Ao longo de uma baía, há pequenas praias, onde se pode ver o fundo do mar através de águas cristalinas. Nos rochedos a esquerda da baía, construiu-se um recanto com areia, um trampolim e uma escada para a piscina natural.

A aldeia piscatória de Calhau está deixando de ser um destino exclusivo dos Mindelenses para passar a ser um dos pontos preferidos dos turistas. Os serviços turísticos estão a crescer na localidade, para atender à demanda. Denota-se ainda de falta de infra-estruturas e projectos que possam fomentar o desenvolvimento do turismo na região. Perspectiva-se o

¹⁵ Revista FRAGATA n.º 11. III série. 2007

arvorar dessa indústria, a crer no interesse dos investidores, que já começaram a adquirir terrenos na região. É de realçar também o incremento da construção de casas de veraneio e moradias na aldeia do calhau, inclusive por cidadãos estrangeiros, o que poderá desenvolver o turismo de segunda residência. Outro aspecto que vai ajudar no desenvolvimento da região no âmbito do turismo é a mais nova estrada que foi construída ligando Ribeira o Calhau à Baía das Gatas, outra região que aposta grandemente no desenvolvimento do turismo constituída já há uns anos ZDTI.



ILUSTRAÇÃO 3 - ESTRADA CALHAU - BAÍA DAS GATAS (2013)

Fonte: tirada pelo autor (2013)

2 - Clima

O Clima predominante em São Vicente é o tropical seco, sendo que a temperatura média anual ronda os 24°C. A sua amplitude térmica anual é muito fraca, situando-se a volta dos 10°C. São Vicente apresenta valores de precipitação irregulares e em pequenas quantidades com a média nacional. Não fugindo a realidade Cabo-verdiana, a ilha tem duas estações: de Novembro a Julho decorre a estação seca, e é quando sopram os ventos alísios; de Agosto a Outubro é estação das chuvas, registando níveis de pluviosidade bastante inferiores à média nacional. No tocante a água do mar a temperatura oscila durante o ano entre 12°C e os 25°C, sendo que a ilha é contornada por varias praias.

3 - Biodiversidade

Flora Terrestre

São Vicente apresenta uma flora muito pobre e reduzida, estando confinado a algumas espécies existentes no Parque Natural do Monte Verde e da Ribeira de Vinha. Desta forma é possível encontrar certos tipos de plantas vasculares tais como, *Sclerocephalus* e *Grevia* Vilosa no Monte Verde e Pé de Verde, *Polycarpaea* Nívea e *Molhago Nudicaulis*, na zona de Baía das Gatas, *Andrachne Tolephioides* no Calhau e Viana, *Phyllanthus Maderas Patentis*, na estrada que liga Salamãsa a Cidade do Mindelo *Dalecchampia Seandens*, *Buscuta Umbellata* na zona do Mato Inglês e outras espécies plantadas pelo homem como sejam as Acácias Tamareiras etc.

Fauna Terrestre

No tocante a fauna, os répteis e as aves são as espécies mais predominantes. São os casos do Falco *Tinnuncubus*, *Corvus Ruficolis* e ainda a *Mabuya*. Correspondente a ordem secundários encontram-se as espécies répteis, como *Lacertilha*, *Gekmidea* de Género *Tarantola* Cabo-verdiana.



Flora Marítima

A Flora Marinha São-vicentina é predominantemente constituída por algas¹⁶ Verdes (*chloronphita*) e vermelhas (*Rhodopyta*), em casos esporádicos pode-se encontrar algas castanhas, embora em poucas quantidades, uma vez que predominam em águas frias.

Fauna Marítima

No tocante a Fauna São Vicente tem uma grande população de Invertebrados Marinhos, das quais fazem parte os Espingardeiros, as *Polychaetes*, as Medusas as Estrelas-do-mar os Ouriços e ainda pequenos crustáceos e moluscos bivalves.

A fauna são-vicentina também se estende a uma grande variedade de crustáceos, largamente consumidos pela população como também pelos turistas, Peixes, Aves Marinhas, Tartarugas Marinhas, Bivalves, Gastrópodes, *Cefalópodes* e ainda pequenos Recifes Carolinos (PAM – Plano Ambiental Municipal, 2003).

4 - Hidrografia

A ilha de S. Vicente é a sétima do país em dimensão com 230 km². As condições hidrológicas podem ser consideradas das piores quando comparadas com as outras ilhas de relevo mais acidentado do arquipélago. A altitude geralmente baixa da ilha tem por consequência uma precipitação fraca, cuja média anual ponderada para o conjunto da ilha é da ordem dos 93 mm, atingindo valores a leste, da ordem dos 160 mm no centro do maciço de Monte Verde. Ao longo das zonas costeiras do sudeste e da extremidade norte da ilha atinge valores inferiores a 100 mm.

¹⁶ PAM (2003)

No entanto, pode-se encontrar algumas nascentes de água, como nas Ribeiras Perna Torta a Nordeste de Lameirão. A Sul encontra-se nascentes nos cantos ocidentais do Monte Verde, sendo a primeira com a água a dirigir-se para sul e a segunda a dirigir-se para oeste.

Também se pode encontrar nascentes de água nas Ribeiras de Julião e Madeiral, sendo que estas têm origem no Pico Martinho, correndo a de Julião para Noroeste, e a de Madeiral para Leste. Já a Ribeira de Vinha corre para Norte e desemboca na Baía do Porto Grande, sendo que a Ribeira de São Pedro, nasce no monte entre os picos correndo para sudoeste, alcançando o mar da Baía de São Pedro.

O estudo hidrológico da ilha mostra que, para um período médio, o escoamento superficial é da ordem de 2,3 milhões m³/ano e a recarga das águas subterrâneas de 573.000m³/ano. Admite-se que destes, somente 410.000m³/ano possam ser tecnicamente explorados (219.000m³/ano em período seco), o que corresponde a um débito médio de 1100 m³/dia.

A quantidade de água subterrânea disponível está longe de satisfazer as necessidades globais de água na ilha. O défice é compensado pela dessalinização da água do mar estimada em 1.144.887m³/ano.

A exploração das águas subterrâneas está concentrada nos vales de Ribeira de Julião e de Calhau. Do inventário de 1974/75, havia cerca de 200 poços em S. Vicente, na sua maioria construídos nas décadas 40-50.

Já o inventário de 1992 nos dá conta de 569 poços espalhados pelas ribeiras da ilha tais como Ribeira de Calhau, Ribeira de Julião, Ribeira de Vinha e Mato Inglês. Na altura só a Ribeira de Calhau detinha cerca de 250 poços, dos quais 60 % secos e os restantes com pouca água ou salgados.

Retomou-se a campanha em 1996 com mais 6 furos dos quais 4 produtivos, sendo 2 em Ribeira de Julião, 1 em Salamânsa e 1 no Madeiral. Todos encontram-se em funcionamento estando directamente ligadas a actividades agro-pecuárias. Em Setembro de 2003 foram realizados mais de 4 furos dos quais somente 2 com sucesso, em Ribeira de Vinha e Madeiral que estão por equipar.



ILUSTRAÇÃO 5 - ÁGUA CHUVA EM R^a CALHAU (2010)

Fonte: tirada pelo autor (2010)

São Vicente está a emergir como região agrícola e quer, à semelhança das outras ilhas, ter a sua barragem. O pedido de financiamento para o estudo de viabilidade da infra-estrutura já foi submetido pelo Governo ao Fundo Koweit em 2014.

O Governo pretende construir uma mini barragem na bacia hidrográfica de Mato Inglês, em São Vicente. O pedido de financiamento para o estudo de viabilidade desta infra-estrutura já foi submetido ao Fundo Koweit como parte de um pacote que inclui mais duas barragens para Santo Antão. A instituição financeira deverá pronunciar-se sobre o financiamento ainda este mês de Março. As expectativas são elevadas, sobretudo depois de uma equipa técnica nacional ter estado em São Vicente e Santo Antão para visitar os locais onde as barragens poderão vir a ser construídas. No caso de São Vicente, a escolha recai sobre a bacia de Mato Inglês, que na época das chuvas se transforma num grande lago. A concretizar-se a construção desta barragem, o MDR (Ministério do Desenvolvimento Rural) dará um passo

importante na mobilização de água em São Vicente, factor essencial para que a ilha desabroche todo o seu potencial agro-pecuário.

Em testes de bombagem feitos nos furos de Curral de Tortolho, Ribeira de Vinha, Fio d'Pedra, Fundo Moco, Madeiral e Alves Martins confirmaram a existência de uma expressiva quantidade de água no subsolo de São Vicente, o suficiente para provocar uma reviravolta na actividade agro-pecuária da ilha.

As expectativas elevadas durante a campanha de perfuração foram confirmadas. Os ensaios de bombagem decorreram durante o mês de Fevereiro e início de Março de 2014 nos furos considerados produtivos na campanha de perfuração de 2012. Entretanto havia necessidade de certificar a qualidade da água para a prática da agricultura e a criação de animais”, informa a delegada do Ministério do Desenvolvimento Rural, Janaína Almeida numa entrevista ao Jornal A Semana¹⁷.

Segundo o quadro abaixo podemos verificar que a zona de Ribeira de Calhau, que constitui a área de estudo, representa a maior área irrigada da ilha o que favorece e fortalece a intenção de apresentar um projecto na área do turismo rural na região.

Zonas Irrigadas	Área
<u>R.^a de Madeiral/Calhau</u>	<u>25</u>
R.^a de vinha	21
R.^a de Julião	8
Passarão, Lameirão, Pedra Rolada, Mato Inglês	0.5

TABELA 2 - DISTRIBUIÇÃO DAS ZONAS IRRIGADAS

Fonte: (INE, 2014)

¹⁷ <http://www.asemana.publ.cv/spip.php?article97951>

São resultados que fazem a MDR acreditar que São Vicente já é uma ilha agrícola. A mesma fonte sublinha que nada surge por acaso: nos últimos três anos, a tutela investiu mais de 67 mil contos em projectos que beneficiam as comunidades rurais: construiu reservatórios, instalou equipamentos de rega e bombagem, fez furos, ensaios, formou e sensibilizou técnicos e agricultores.

6 - Recursos florestais e paisagísticos

No que diz respeito ao ambiente paisagístico, São Vicente, possui uma grande variedade de paisagens¹⁸, resultantes de fenómenos e processos naturais que estão na base da origem e evolução das ilhas, como sejam o vulcanismo, a erosão e a sedimentação.

No entanto, e tendo em conta o PAM (2003), muitas agressões estão a ser cometidas contra o ambiente na ilha. Neste contexto, a construção de infra-estruturas, quer sociais quer económicos na orla costeira, a urbanização crescente e desregrada do meio rural agride de uma forma indelével o ambiente paisagístico da ilha de São Vicente.

7 - ASPECTOS SOCIOECONÓMICOS DA ILHA

7.1 - Demografia

De acordo com os dados do CENSO (2010), disponibilizados em 2015 a população residente na ilha de S. Vicente é de 74.986 indivíduos sendo 37.363 (%) homens e 37.623 (%) mulheres distribuídos em 19801 agregados familiares. Segundo o mesmo documento a taxa de urbanização é de 97%, superior à média nacional que é de 54%. A densidade populacional é de 296 habitantes por quilómetro quadrado.

¹⁸ CABO VERDE ASPECTOS GERAIS SECAS E FOMES

7.2 - Educação

Segundo o CENSO (2010), S. Vicente ainda denota uma alta taxa de alfabetização de 86,1 %, entre pessoas com 15 anos ou mais. A taxa de alfabetização juvenil (15-24 anos) ronda os 97,8%.

Podemos ver que no quadro abaixo que a taxa de iletrados é relativamente menor em relação as pessoas que frequentaram as escolas. O número de pessoas com mais de 15 anos que só frequentaram o ensino básico é ainda muito grande. 31,6% da população formada opta por se enredar pelas Ciências sociais, Gestão e Direito, áreas que abrange a hotelaria e o turismo. Esta é a área que mais tem sido escolhida pelas pessoas de São Vicente que prosseguem nos estudos técnicos e superiores.

SEM NIVEL / NUNCA FREQUENTARAM	10,4
PRE-ESCOLAR	4
ALFABETIZAÇÃO	1,3
ENSINO BASICO	41,8
SECUNDARIO	32,8
CURSO MEDIO	1,3
BACHAREL OU SUPERIOR	7,5
ND	1

TABELA 3 - RÁCIO DE FREQUÊNCIA ESCOLAR (FEM / MASC)
Fonte: (Censo, 2010)

7.3 - Economia

A economia da ilha é firmada, quase que na sua globalidade, no comércio e nos serviços graças ao excelente porto natural que possui, servido por um cais acostável. A escassez da chuva faz com que a agricultura na ilha seja de subsistência e reduz-se essencialmente à produção hortícola e a cultura de milho, esta praticada na época das chuvas nas zonas de Ribeira do Calhau, Ribeira de Vinha e Monte Verde e na grande maioria das vezes sem qualquer resultado. As actividades económicas mais importantes e dominantes na ilha são o comércio, a pesca, a pecuária, a indústria, a hotelaria e restauração.

A evolução da economia a nível internacional reflecte-se de forma indelével na economia local de qualquer sociedade, por mais pequena que ela seja. No caso de Cabo Verde, mais concretamente da ilha de São Vicente, ela tem reflexos quer em termos de captação de novos investimentos, quer no incremento de políticas sociais de redução da pobreza, do emprego, habitação, saúde, ensino, etc.

A nível regional, a importância do sector económico assenta no contributo para o desenvolvimento sustentado e na definição das estruturas produtivas de algumas regiões, chegando mesmo em alguns casos a ser a peça principal da engrenagem aplicada ao desenvolvimento local.

Tendo em conta que a economia São-vicentina desde sempre vem girando a volta da actividade comercial, o grande desafio que se lhe coloca actualmente é conseguir um desenvolvimento local equilibrado, valorizando o património cultural, a protecção do meio ambiente e apostando na qualidade dos recursos humanos da ilha e na afirmação de São Vicente na esfera nacional, como pólo de excelência em desenvolvimento local.

De acordo com os resultados do inquérito de Conjuntura no Consumidor¹⁹, apurados pelo Instituto Nacional de Estatística no 1º trimestre de 2015, o indicador de confiança no consumidor manteve a tendência descendente dos últimos trimestres, registando o valor mais baixo desde o início da série. A confiança dos cabo-verdianos continua a diminuir, tendo o indicador situado abaixo da média da série. Observa-se ainda, que o indicador evoluiu negativamente relativamente ao trimestre homólogo. Esta deveu-se a apreciação negativa sobre a situação financeira das famílias, situação económica do país para os próximos 12 meses e situação económica actual do seu lar relativamente ao mesmo período do ano 2014.

¹⁹ <http://www.ine.cv/destaques/view.aspx?n=1063>

A infra-estrutura portuária do Mindelo possibilita um contacto dinâmico com o exterior, facilitando e incentivando o investimento externo em Cabo Verde. Assim, para além da produção local, o abastecimento da ilha é feito de produtos importados do estrangeiro e de outras ilhas, principalmente de Santo Antão, S. Nicolau, Santiago e Fogo.

Quanto à criação de gado, pratica-se a bovinicultura (quase inexpressivo), caprinocultura, suinicultura e a avicultura (especialmente nas zonas de Ribeira de Vinha, Madeiral e Ribeira do Calhau), sendo esta última com maior expressão na economia de S. Vicente, quer em termos de exploração familiar, como a industrial que responde bem às necessidades de consumo da ilha e de outras, nomeadamente Santo Antão e São Nicolau.

No Sector Industrial, a ilha apresenta abundância de mão-de-obra porém, pouco qualificada, resultado do êxodo de habitantes de outras ilhas para São Vicente. No parque industrial da ilha estão hoje presentes unidades fabris, essencialmente de investimento estrangeiro, nas actividades de confecções, calçado e transformação de pescado. Existem igualmente outros produtos industriais, nomeadamente a panificação, bolachas, massas alimentícias, refrigerantes, moagem de cereais e café, produção de calçado, cigarro, sabão, indústria hoteleira, indústria metalúrgica, construção naval, construção civil, etc.

No sector da Pecuária, segundo a AAN - Associação Amigos da Natureza, durante a década de 2000, muitos investimentos importantes foram feitos neste sector, com vista a dotá-lo de condições necessárias a um bom funcionamento, por forma a constituir-se num importante embrião gerador de rendimentos, isto tendo em vista o objectivo de sustentabilidade.

Assim, para além da continuidade das acções de criação e divulgação de raças nos sectores caprino, ovino e suíno, a AAN preparou-se e procurou-se financiamentos para vários projectos inovadores que hoje a colocam na vanguarda da pecuária moderna que se faz neste país. Designadamente, conseguiu-se implementar com o apoio de cooperações e parcerias especiais os seguintes projectos:

- Projecto de Suinicultura Semi-industrial no valor global de 7.184.190\$00. Este projecto foi financiado maioritariamente pelo Programa de Micro – Realizações da União Europeia no valor de 6.447.945\$00 e ainda contou com um co-financiamento da Shell Cabo Verde no valor de 310.000\$00 para o transporte do contentor de equipamentos que foram importados de Portugal e um auto financiamento por parte da AAN no valor de 426.245\$00, para obras de acabamento das instalações.
- Projecto de Desenvolvimento da Cunicultura na Base Comunitária no valor global de 990.000\$00, financiado maioritariamente pela Plataforma das ONG's de Cabo Verde no Valor de 900.000\$00, sendo os restantes 90.000\$00 provenientes do auto financiamento da AAN. Este projecto contou ainda com uma parceria da Aviagro, empresa portuguesa de equipamentos agro-pecuários que ofereceu dois conjuntos de 10 jaulas cada e quatro reprodutores (3 fêmeas e 1 macho) e também do MAAP que ofereceu um conjunto de 10 jaulas.
- Projecto de Transformação Agro-Alimentar no valor global de 2.374.507\$00, financiado em parte pela Embaixada da Grã-Bretanha no valor de 1.019.216\$00 para a aquisição de equipamentos, e pela AAN com um auto financiamento no valor de 905.411\$00 para construção/readaptação do espaço e 349.880\$00 para ajustar a aquisição dos equipamentos importados de Portugal, e um co-financiamento de 100.000\$00 da Shell CV para o transporte dos equipamentos adquiridos no exterior.

7.4 - Nível de emprego

O número de população empregada na altura da elaboração do censo 2010 era de 27.576 pessoas, sendo 57,2% homens e 42,8% mulheres. A ilha continua a apresentar a maior taxa de desemprego 14%, superior à média nacional que é de 10,7%. Nesse ponto mantem-se a tendência em relação aos dados do Censo 2000. A taxa de desempregados em ambos os sexos com mais de 25 anos é de 13,1% maior que a media nacional 8,8%. 23% dos

empregados trabalham como Pessoal de serviços ou Vendedores, 35% classificam-se nas profissões elementares. 44% trabalham no empresarial privado e 15% da população activa dizem trabalhar por conta própria sem empregar outras pessoas sendo que apenas 4,7% admitem empregar outras pessoas.

7.5 - Saneamento Básico

Em São Vicente a geração dos resíduos, tem crescido consideravelmente devido principalmente a elevada pressão demográfica aos movimentos pendulares verificados entre as zonas rurais e as áreas urbanas e as migrações internas, com incidência na acumulação de lixo e outras práticas na via pública. Outros factores importantes têm a ver com a área relativa da produção e as condições climáticas, destacando as condições socioeconómicas, a geografia, a idade dos grupos populacionais e o tipo de controlo exercido pelo órgão responsável.

Segundo o último Plano Ambiental Municipal (2010) diariamente são transportados ao aterro sanitário, pela CMSV, cerca de 210m³ de lixo doméstico e hospitalar, que em situações normais é depositado nas valas e depois de queimado é aterrado.

Em relação ao escoamento de esgotos o censo 2010 dá-nos os seguintes dados no quadro abaixo. Verifica-se na região de Ribeira de Calhau a ausência de redes de esgotos sendo as fossas sépticas e o enterro na natureza os principais meios de escoamento dos dejectos. Até a data constatamos a ausência de rede de esgotos na região.

Fossa séptica / rede de esgoto	74,1
Redor de casa	13,1
Natureza (mar, ar livre, céu aberto)	11,2
Outro	1,4
ND	0,3

TABELA 4 - SISTEMA EVACUAÇÃO DOS EXCRETAS

Fonte: (Censo, INE, 2010)

8 - O Turismo na ilha de São Vicente

Nos últimos anos, o turismo tem sido eleito como um dos vectores fundamentais para o desenvolvimento da economia de São Vicente, dadas as enormes potencialidades que a ilha oferece e que, em grande parte, estão ainda por explorar.

Segundo a Câmara de Comércio Indústria e Turismo Portugal, Cabo Verde, de acordo com as estimativas a ilha de São Vicente, segundo maior centro populacional de Cabo Verde é entendido como o pólo cultural do arquipélago (literatura, cinema, teatro, artes plásticas, etc. ...), deveria receber nos próximos oito anos investimentos na ordem dos 3.6 biliões de euros, sobretudo no sector do Turismo, prevendo-se que a execução dos projectos previstos para a ilha de São Vicente implique um investimento de 460 milhões de euros por ano. A oferta cultural e a qualidade de vida da capital da ilha, a cidade do Mindelo, são os principais atributos para atracção de uma clientela exigente a quem se dirige o padrão elevado dos empreendimentos que deveriam surgir.²⁰

A ilha possui quatro (4) Zonas de Desenvolvimento Turístico Integrado (ZDTI): ZDTI de S. Pedro com uma superfície de sessenta e oito (68) hectares, ZDTI da Palha Carga com uma superfície aproximada de cento e oitenta e cinco (185) hectares, ZDTI de Praia Grande

²⁰ www.portugalcaboverde.com (Novembro 2010)

com uma superfície de duzentos (200) hectares e a da Baía das Gatas com uma superfície aproximada de quatrocentos e oitenta e sete, três (487,3); plano urbanístico satisfatório; crescimento urbanístico relativamente bem ordenado; um aeroporto Internacional; ligações aéreas e marítimas com as ilhas mais populosas do País; boa rede de estradas; boa animação nocturna e importantes manifestações culturais.

Abaixo, enumera-se alguns dos projectos dados a conhecer ao público desde 2010 mas que não foram elaborados. Projectos bastante ambiciosos que evidenciavam um desenvolvimento promissor do sector.²¹

- “*Baía das Gatas Golfe & Beach Resort*”, na ilha de São Vicente, parceria entre a cabo-verdiana *Baía Investments* e a *Cape Verde Development*, com um investimento na ordem dos 1,7 biliões de euros a 10 anos e criação de 3.000 postos de trabalho directos. O empreendimento ocupará uma área superior a 300 hectares, mais de 2.300 unidades habitacionais (entre apartamentos, “*townhouses*”, “*villas*”), zona comercial, 2 campos de golf, desenhados pelo conhecido Ernie Els, hotéis de nível mundial, marina e outras estruturas de alta qualidade destinadas a atrair o melhor turismo internacional; sendo que com a nova ligação por estrada Baía /Calhau ira proporcionar o desenvolvimento turístico da zona da Ribeira do Calhau
- “*Fortim d’el Rei*”, avaliado em 35 milhões de euros, sobre as ruínas de uma antiga prisão, desenhado e mobilado pela marca internacional de prestígio Nikki Beach, garantia de modernidade, luxo e bom gosto, incluirá um hotel com 51 suites, 20 apartamentos, 8 “*villas*”, restaurante, casino, piscinas e uma vista de eleição sobre a Baía do Mindelo (São Vicente) e zona de Laginha. Será criado também um museu com o acervo histórico da ilha de São Vicente;
- “*Salamansa Sands*” (São Vicente) que ocupará uma área de 560 hectares e incluirá um hotel-boutique, marina para 200 barcos, centro de desportos náuticos, lojas e

²¹ Disponível em www.capeverdedevelopment.com no ano de 2010

restaurantes, um campo de golfe de 18 buracos, piscina oceânica, "resort" de cinco estrelas com cerca de 1.300 "vilas", Spa e outros equipamentos. O grupo escocês *FM Developments*, promotor deste empreendimento, pretende investir 400 milhões de euros ao longo de 10 anos nas ilhas de São Vicente, Santo Antão, Boavista e Sal;

- “*Cesária Jewel of Atlantic Resort*”, em Palha Carga, previsto para ocupar 1.300 hectares num investimento de 500 milhões de euros, do *Profile Group* (Dubai);
- “*Boat House*” e “*Mar à Vista*”, na Baía das Gatas;
- “*Flamengo Resort*” e outros de menor dimensão e projecção mediática.

Cinco anos depois, continua-se a espera do arranque ou término desses projectos. Em 2014 o único projecto concluído e inaugurado foi a restauração do Edifício do antigo Café *Royal*. Reconstruído de berço, vem funcionando como café/restaurante e pensão. Todos os outros grandes projectos anunciados estão parados, inacabados ou acabaram por nunca ver a luz do dia. Muitos desses ainda vem sendo anunciados pelas entidades responsáveis. Isso nos faz reflectir sobre o rumo que vem tomando o sector turístico São-vicentino. Talvez seja hora de parar e repensar as estratégias e medidas para o melhor desenvolvimento do sector turístico para a ilha. Nesta óptica o desenvolvimento do Turismo Comunitário parece ser uma mais-valia para o sector.

São Vicente é uma ilha de montanhas e praias, com condições para a prática de:

- **Turismo de Sol e Praia**, direccionado para desporto náutico (*windsurf*, *surf*, mergulho de lazer, pesca desportiva e banho);
- **Turismo de circuito**, levando os turistas a locais de interesse turística, através de itinerários interessantes, pitorescas e de curtas paragens. Pode-se fazer um passeio pela cidade e observando o dia-a-dia povo Mindelenses.

- **Turismo cultural**, o ponto forte da ilha, sendo referenciada como sendo a ilha de maior expressão cultural. Famosa pelo festival de música de Baía das Gatas, Carnaval, o Teatro, Literatura, do Artesanato, e também da Gastronomia.
- **Turismo desportivo**, as actividades desportivas, como espectáculo, sempre foram geradores de movimentos turísticos muito significativos e, muitas vezes, permitem criar a imagem de um destino que o leva a promoção internacional. Logo deve-se aproveitar a realização dos jogos com carácter esporádico e gerar o desenvolvimento do turismo interno e não só. Em S. Vicente o desporto que tem vindo a ganhar notoriedade é o *body board*, para além da praia de São Pedro oferecer boas condições para a prática de *windsurf*, tanto é que já serviu de palco de provas mundiais. A pesca desportiva em barco ou subaquática e o mergulho são perfeitas para serem realizadas na ilha. O golfe sempre teve alguma expressão na vida dos Mindelenses (influência dos ingleses) embora seja fraca mas já existem projectos que abarcam o desenvolvimento dessa actividade voltada para o turismo.
- **Turismo de Negócios**, o turismo de negócio ou MICE são viagens realizadas no âmbito das actividades profissionais qualquer que seja a sua natureza, seja no âmbito económico, científico, político e social. Actualmente engloba: conferências, feiras, congresso, encontros Internacionais, seminários, etc.

8.1 - Turismo na Ribeira do Calhau

No concerne a actividade turística na zona de Ribeira do Calhau pode-se dizer que existe mas de uma forma muito incipiente. De acordo com aquilo que se pode averiguar e levantar através das entrevistas, questionários e conversas aos vários intervenientes e entidades ligadas a questão pode-se constatar que a actividade turística possui uma pequena expressão na região. Os pequenos restaurantes pitorescos vão promovendo a gastronomia local perante os visitantes nacionais e estrangeiros que aparecem na região procurando sol e praia, praias

para a prática de surf e windsurf e passeios de barco para a ilha de Santa Luzia oferecidos pelos pescadores locais com pouco ou nada de organização isso na óptica de oferecer um produto turístico deliberado aos visitantes. O turismo local vai decorrendo de forma “oculta” graças as famílias que buscam a região para passar os fins-de-semana e o turismo de residência também é uma realidade, visto a maior parte das casas e vivendas da zona pertencerem a estrangeiros ou então a nacionais que vivem na cidade ou no estrangeiro. Esses procuram a região para passar as férias e trazem junto familiares e amigos tanto nacionais como estrangeiros.

9 - Oferta turística na ilha de S.V. (Alojamento)

Segundo dados de 2014 no site “*booking.com*”²² a ilha possui um total de vinte e dois (27) estabelecimentos hoteleiros e similares. Dados disponibilizados no site do INE em 2011 dão conta de 27 que representavam 354 quartos com 514 camas o que no total daria uma capacidade 724 hóspedes.

Apart Hotel Avenida	North Baia Sea Front Line, Calhau
Apartamentos Largo Da Paz	Oasis Porto Grande
Aquiles Eco Hotel	Paz Apartment
BluMarine Aparthotel, Calhau	Residencial Bêzeza
Café Royal Suites	Résidencial Jenny
Casa Café Mindelo	Residencial Raíar
Casa Colonial, Salamansa	Residencial Che Guevara
Hotel Alto Fortim	Sao Vicente Ocean View House
Hotel Don Paco	Simpatico Beach Baia
Hotel Gaudi	Simpatico Serviced Apartments Mindelo
Hotel Residencial GOA	Villa Branca
Kira's Boutique Hotel	Villa St. Aubyn
Luxury Rui	Villino Morna
Morabeza Village	

TABELA 5 - OFERTA HOTELEIRA EM 2015

Fonte: <http://www.booking.com> (2015)

²² <http://www.booking.com>/ 02-03-2015

Existe também uma diversidade de restaurantes, discotecas, bares e similares que complementam a oferta turística da ilha.

9.1 – Oferta turística Na Ribeira do Calhau

A par de um ou outro pequeno restaurante existe ainda o residencial Goa pertencente a investidores italianos, que infelizmente não constitui referência em termos de qualidade de alojamento e serviços. Tem uma fraca taxa de ocupação e só funciona nas épocas balneares. Oferece poucos postos de trabalho e possui uma mão-de-obra pouco qualificada.

O Restaurante Serenata poderia constituir uma oferta de serviço mais expressiva se funcionasse de forma mais regular.

Segundo Jorge Melo presidente da A.A.C²³ existe um projecto em parceria com a Biosfera 1 no intuito de utilizar os pescadores locais como guias a pessoas que queiram observar a espécies endémicas. Nomeadamente a Tartaruga Verde e a tartaruga Careta-Careta espécies ameaçadas que utilizam as praias do calhau como locais de nidificação. Servindo-se de botes como transporte, os pescadores costumam levar os visitantes a sessões de mergulho e pesca em alto mar e excursões guiadas a ilha de Santa Luzia. Se for bem explorado e organizadas por órgãos competentes essas actividades poderão tornar-se produtos turísticos com forte expressão na região ajudando assim no desenvolvimento da região e da população local.

²³ Ver entrevista completa em anexo



ILUSTRAÇÃO 7 - EXCURSÕES À SANTA LUZIA
Fonte: AAC (2013)



ILUSTRAÇÃO 6 - PROTECÇÃO TARTARUGAS
Fonte: ACC (2010)

10 – Procura Turística

Segundo o INE num relatório emitido a 29 Maio, 2015 No primeiro trimestre de 2015, o número de hóspedes e de dormidas nos estabelecimentos hoteleiros do país evoluíram positivamente, respectivamente, 0,1% e 3,1%, face ao mesmo período de 2014. Neste trimestre, o Reino Unido foi o principal país de proveniência de turistas. Os turistas deste país foram os que permaneceram mais tempo em Cabo Verde, com uma estadia média de 8,1 noites. A ilha do Sal foi a ilha mais procurada, representando cerca de 47,5% das entradas nos estabelecimentos hoteleiros.

No trimestre em análise o principal mercado emissor de turistas foi Reino Unido com 20,0% do total das entradas. A seguir vêm, Países Baixos, Alemanha e França responsáveis por, respectivamente, 14,0%, 13,7%, e 12,0% do total das entradas. Relativamente às dormidas, o Reino Unido continua em primeiro lugar com 20,2% do total, seguido de, Alemanha, Países Baixos e França com, 15,5%, 15,3%, e 9,5%, respectivamente.

	1º Trimestre 2014	1º Trimestre 2015	Evolução (%)
Hóspedes	162.468	162.604	0,1
Dormidas	982.626	1.013.364	3,1
Estadia Media (nº noites)	5,8	6,0	0,2
Tx. Ocupação_Cama (%)	63	54	-9,0 p.p.

TABELA 6 - EVOLUÇÃO Nº HÓSPEDES E DORMIDAS, PRIMEIRO TRIMESTRE 2015 EM CV

Fonte: (INE, 2015)

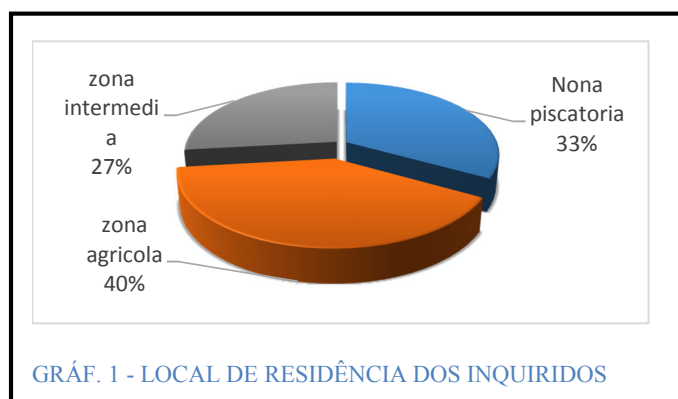
Os mercados emissores de turistas que visitam São Vicente têm sido sobretudo a Itália, Portugal, Alemanha, França e Holanda sendo que se constata a visita de visitantes desses países na Ribeira do Calhau

CAPITULO V – DISCUSSÃO E ANALISE DOS RESULTADOS

1 - Análise do Questionário

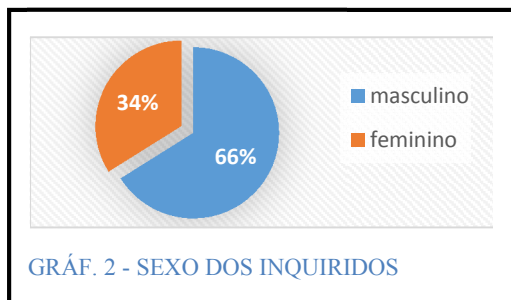
O questionário²⁴ foi aplicado junto a população de Ribeira do Calhau e Calhau, que é aproximadamente de 882 habitantes segundo os dados do CENSO 2010. Utilizando a tabela de Maidana estipulou-se uma amostra de 112 habitantes com uma margem de erro de 10%. Durante o trabalho houve sempre a dificuldade de delimitar e distinguir as zonas que constituem Ribeira do Calhau. Para tornar mais simples a distinção o local de residência dos inquiridos foi feito a divisão em 3 áreas ou zonas: a zona agrícola, a zona piscatória e a zona intermédia, área que não se caracteriza nem sendo como orla marítima nem como área agrícola.

O número de inquiridos para cada área pode ser visto através da análise do Gráfico nº 1, em que foram questionadas 45 pessoas da zona agrícola que correspondem a 40% da amostra total, 30 pessoas da zona intermédia correspondentes a 27% da amostra e 37 pessoas da zona piscatória correspondentes a 33% da amostra.

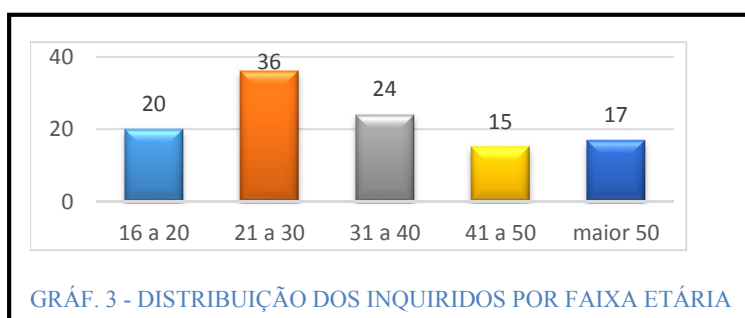


²⁴ Ver Apêndice (1)

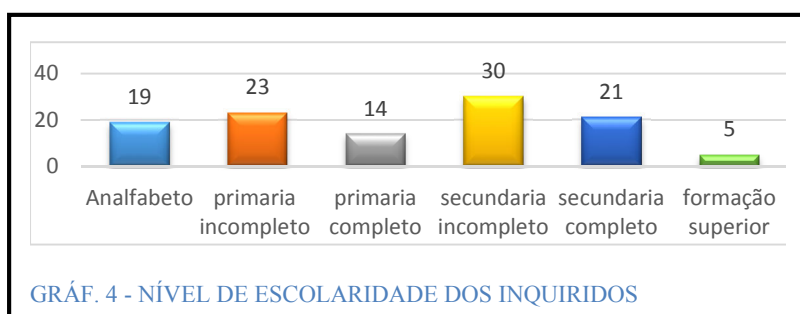
A divisão pelo sexo das pessoas questionadas é oferecido pelo Gráfico nº 2 em que 68% (74 pessoas) são do sexo masculino e 34% (38 pessoas) são do sexo feminino. Num projecto comunitário é importante saber incluir todas as pessoas e ter a consciência que todos têm um contributo a dar destacando-se individualmente em específicas áreas de acção.



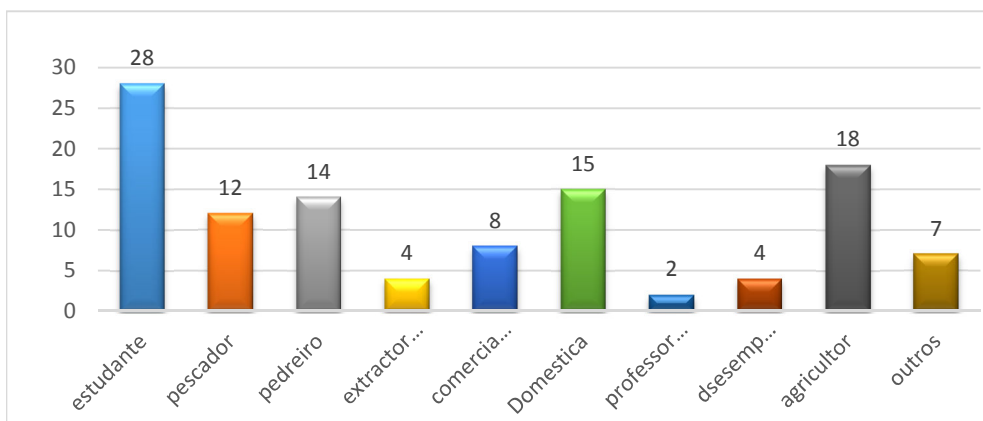
O Gráfico nº 3 danos a perceber a estratificação etária da população residente. É importante recolher a opinião dos mais jovens e também dos mais velhos porque todos eles estarão incluídos num projecto de turismo comunitário que sendo de médio prazo (10 anos) logo abarcará os residentes mais jovens como sendo os futuros empreendedores. A faixa etária das pessoas questionadas que teve a percentagem máxima vai dos 21 aos 30 anos com 32,1% (36 pessoas), 15,1% (17 pessoas) com idade superior aos 50 anos, 21,4% (24 pessoas) que estão no intervalo de 31 à 40 anos, 17,8% (20 pessoas) que estão no intervalo de 16 à 20 anos e os restantes 13.3% (15 pessoas) correspondem a faixa 41 à 50 anos. Pode-se ver que apesar de ter uma percentagem significativa de pessoas maduras continua a ser uma população jovem seguindo assim as características do resto da ilha.



Analizando o Gráfico nº 4 que traduz os níveis de escolaridade dos inquiridos, podemos observar que 27% (23 pessoas) não completou o ensino Secundário, 17% (19 pessoas) é analfabeta, 21% (23 pessoas) não completou o ensino Primário, 19% (21 pessoas) com o ensino Secundário completo, 13% (14 pessoas) com o ensino Primário completo e que apenas 4% da população inquirida tem uma formação superior (5 pessoas). Pode-se verificar o baixo nível de formação académica dos residentes que se traduz num nível de mão-de-obra pouco qualificada, incapaz de concorrer com os índices Urbanos, o que prova a necessidade de apostar na formação profissional das pessoas e na criação de oportunidades de trabalho no local, problemas que poderão ser solucionadas com um projecto de turismo comunitário para a região.

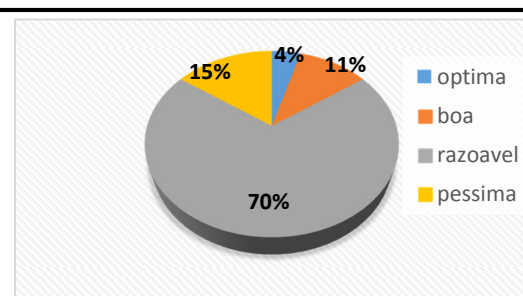


A grande maioria da população inquirida encontra-se na escola. Nesse caso como podemos verificar no próximo Gráfico nº 5, 25 % dos inquiridos frequenta a escola, 13 % são pedreiros 12 % são pescadores, 15% são donas de casa, 16% dedica-se a agricultura, 7% são comerciantes, uma pequena parte da população ocupa-se com a extracção de inertes. Os restantes ocupam profissões de baixa expressão na zona. É de salientar a vinda de pessoas da cidade para trabalhar no calhau principalmente na área de construção civil e extracção de jorra.



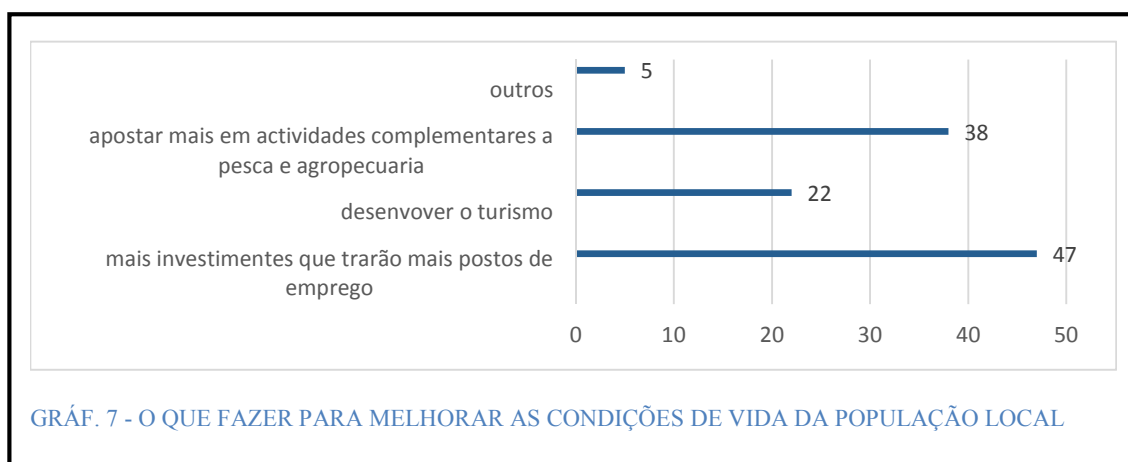
GRÁF. 5 - ACTIVIDADES PROFISSIONAIS DOS INQUIRIDOS

No que consta a condição de vida da população da ilha as opiniões subdividem-se entre o péssimo, o razoável e o bom. De acordo com 17 pessoas correspondentes a 15% da amostra, a situação encontra-se péssima, 78 pessoas correspondentes a 70% consideram que a situação de vida é razoável, apenas 11% das pessoas acham que as condições são de boa qualidade e as restantes 5 pessoas correspondendo a 4% acham que a situação é ótima. (Gráfico nº 6)



GRÁF. 6 - CLASSIFICAÇÃO DA CONDIÇÃO DE VIDA DA POPULAÇÃO LOCAL

Questionadas sobre o que poderia ser feito para melhorar a sua condição de vida responderam o seguinte: 42% referente 47 pessoas referem a cedência de mais postos de trabalho que advirão de novos investimentos na zona, 34% equivalente a 38 pessoas acham que se deveria apostar mais em actividades complementares a pesca e agro-pecuária, 38 pessoas (34%) acreditam que a solução é a aposta no desenvolvimento do turismo, as restantes 5 pessoas equivalente a 4% apresentaram outras formas que acreditam ser a solução para o aumento da qualidade de vida. (Gráfico nº 7)



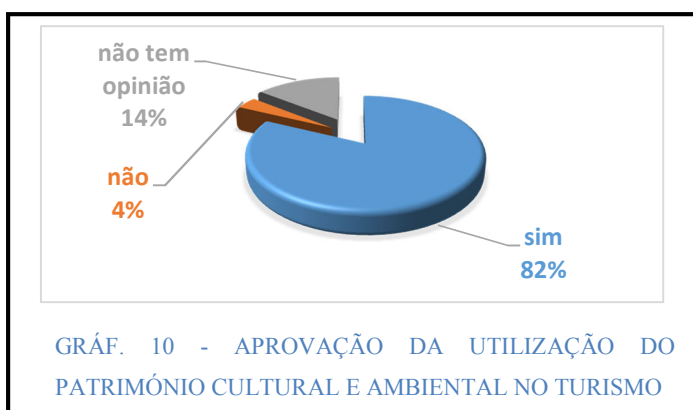
De acordo com o Gráfico nº 8, podemos verificar que a opinião é quase unânime em relação a pergunta: **“Pensa que o turismo poderá ser benéfico para a zona.”** Com a excepção de uma pessoa, todos responderam que sim. Revela-se a esperança da população, mesmo que involuntária, em que o turismo ajudará a desenvolver Calhau e consequentemente suas vidas.



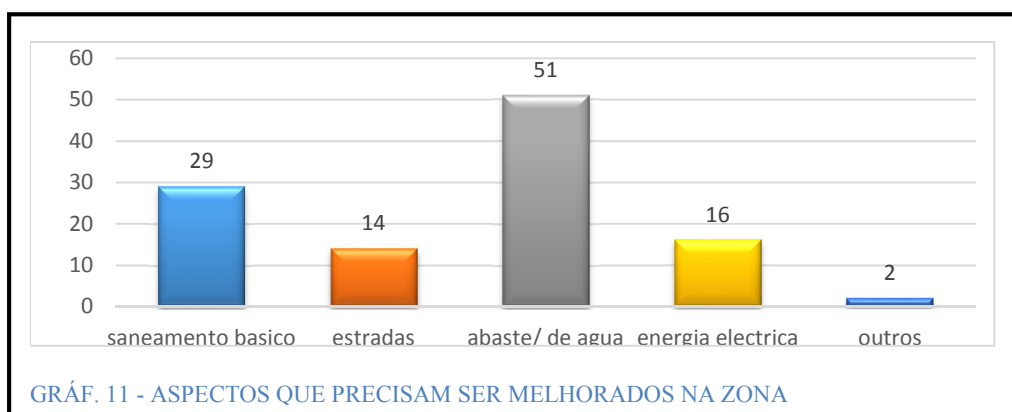
Dando seguimento a questão anterior 74% (83 indivíduos) dos inquiridos avista o turismo como um futuro dinamizador para a economia local, 19 % (21 pessoas) acha que melhorará a vida social de todos e somente 7 % (8 pessoas) acha que ajudará na promoção da cultura local. (Gráfico nº 9)



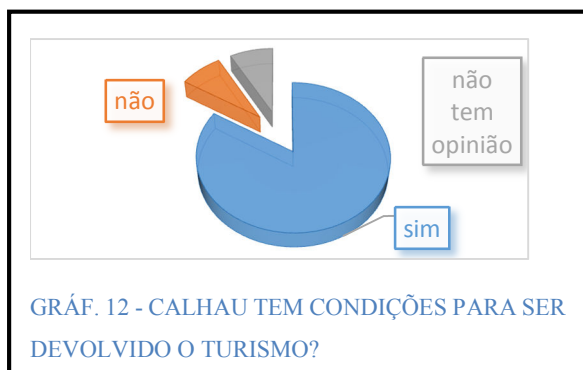
No Gráfico nº 10, observaremos as opiniões quanto a questão sobre a utilização do património cultural e ambiental no turismo. A maioria afirma que sim (82% - 92 indivíduos) contra apenas 4% (4 indivíduos) que defendem que não; 14% (92 indivíduos) dos inquiridos não quiseram pronunciar-se sobre o assunto.



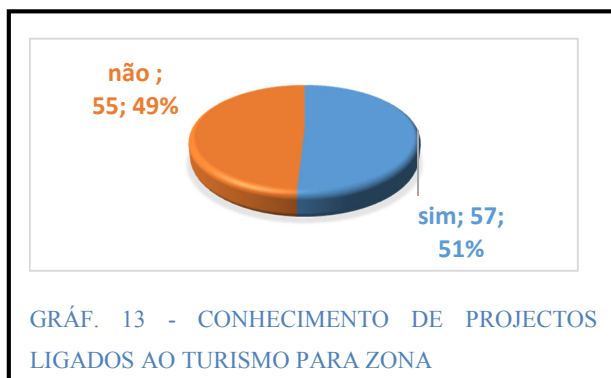
O gráfico seguinte (Gráfico nº 11) é um importante indicador que elucida sobre as condições existentes na zona. Revela a opinião dos moradores sobre aquilo que mais sentem falta. Perto de metade dos inquiridos (46% - 51 pessoas), principalmente aqueles que não possuem fonte, nem grandes reservatórios apontam a falta de água canalizada na região como sendo o maior entrave. As deficientes condições de saneamento básico, que engloba a falta de rede de esgotos e a recolha de lixo, é o segundo aspecto apontado como sendo o maior problema para a população, é referenciado por 26% dos Inquiridos (29 pessoas). O problema de energia eléctrica surge no terceiro posto apontado por 14% dos inquiridos (16 pessoas). Através da observação pode-se constatar a veracidade desses problemas que deverão ser resolvidos se se quiser apostar no turismo para a região.



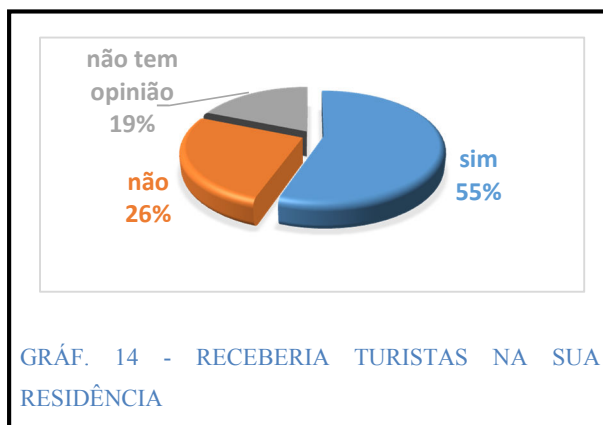
Segundo o Gráfico nº 12, 63 inquiridos representando, 84% da amostra, acreditam que a região do Calhau tem condições para o desenvolvimento do turismo e apenas 8% da amostra tem a consciência que que falta resolver alguns entraves para que se possa apostar no turismo. Igual número que não possui ainda uma resposta sobre o assunto



Indagados sobre o seu conhecimento em relação a projectos na área do turismo para a zona, observa-se uma divisão quase equitativa nas respostas. 51% dos inquiridos diz conhecer um ou mais projectos apresentados para a região e 49% diz que não ter nenhum conhecimento disso. (Gráfico nº 13)

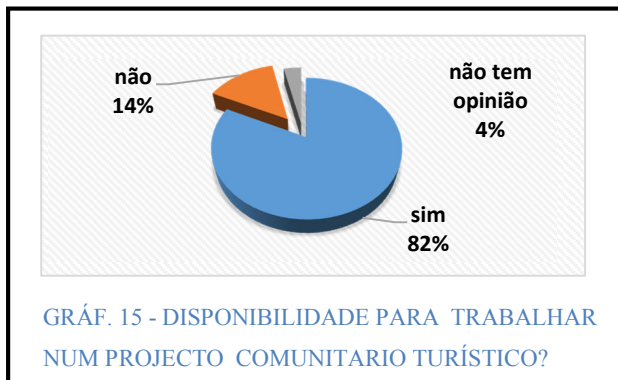


No Gráfico nº 14 observamos as opiniões dos inquiridos quando confrontados com a ideia de receber turistas em sua casa. 55 % dos inquiridos (62 pessoas), principalmente os mais velhos adiantaram que receberiam, desde que tivessem condições para isso e sendo *a priori* sujeitos a formação técnica; 26 % (29 pessoas) recusariam oferecer alojamento em sua casa.

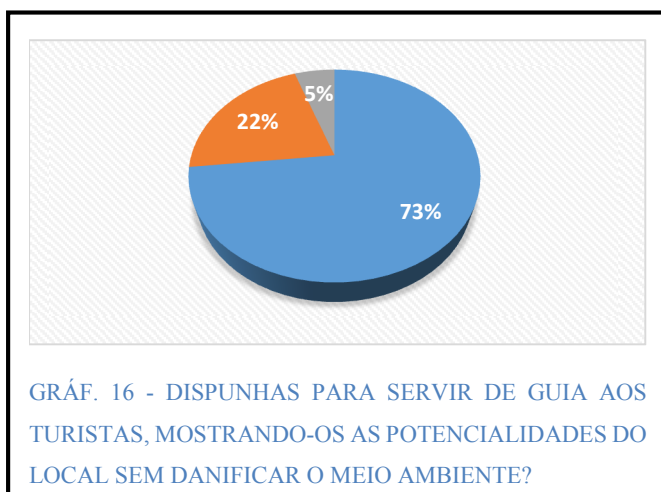


Expostos á ideia da implementação de um projecto de turismo comunitário, em que a população trabalharia em corporativa lucrando directamente com isso, segundo os dados recolhidos, 82% dos inquiridos (82 pessoas) responderam que sim, trabalhariam nesse

projecto. Apenas 16% (7 pessoas) respondeu que não. Os restantes não pronunciaram-se sobre o assunto. (Gráfico nº 15)

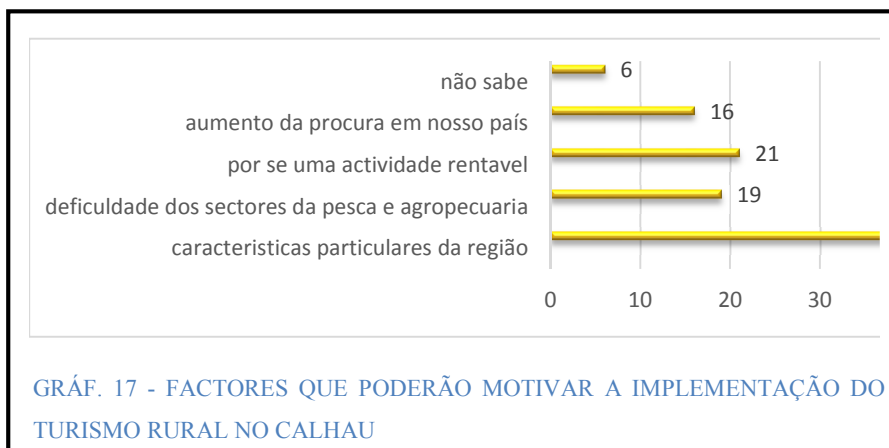


O Gráfico nº 16 apresenta a opinião dos inquirido sobre um dos trabalhos que poderão realizar quando inseridos num projecto de turismo comunitário, a disposição para servir de guia turístico. 82 Pessoas equivalente a 73% responderam que sim, 24 pessoas (21%) responderam que não e 6 pessoas (5 %) não revelaram quiseram responder.

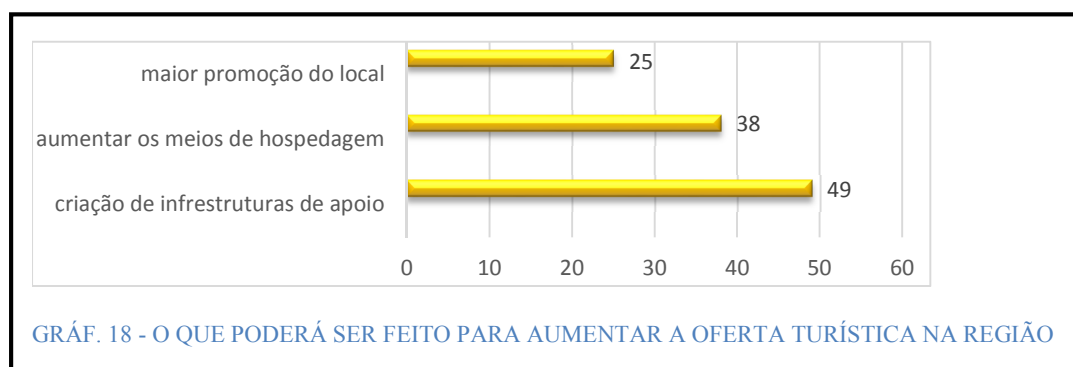


Pode-se verificar no Gráfico nº 17, as opiniões dos inquiridos quando questionados sobre os factores que poderão motivar a implementação do turismo Rural no Calhau. Deparou-se

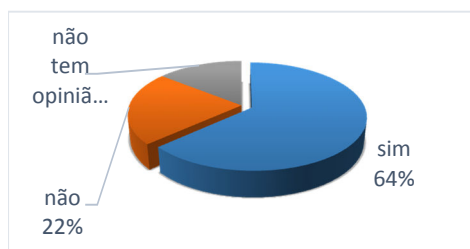
com os seguintes resultados: 50 pessoas representando 63% da amostra responderam que serão as particularidades paisagísticas e culturais da região; 24% (19 pessoas) acredita que o turismo será visto como uma alternativa para resolver os problemas da pesca e agricultura; (21 pessoas) 26% dos inquiridos acredita que turismo é um sector rentável por isso será o factor motivante, 20% (16 pessoas) pensa que será devido a conjuntura da procura turística actual no nosso país; 6 pessoas representando 8% da amostra não soube responder.



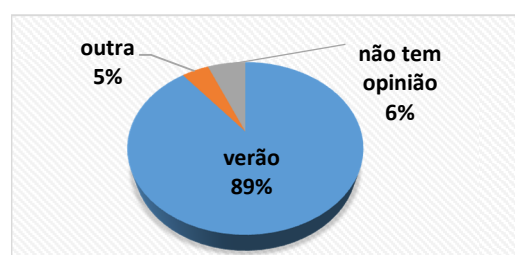
O Gráf. 18 apresenta as soluções que a população oferece para melhorar a oferta e consequentemente aumentar a procura: 49 pessoas equivalentes a 44% da amostra apoiam a criação de mais infra-estruturas na região (lojas, restaurantes, hospitais, centros de lazer, etc.). 38 Indivíduos representando 34% da amostra defendem a construção de mais meios de hospedagem, 25 pessoas que representam 21% dos inquiridos acredita que se deve apostar mais na divulgação e promoção da região.



Os dois gráficos seguintes dizem-nos se o n.º de turistas que visitam a zona vem ou não aumentando e em que época há maior afluência. Confrontados 58% dos inquiridos (47 indivíduos) responde que sim, 24% (19 indivíduos) acha que não e 14 pessoas correspondendo a 18% da amostra não soube responder.

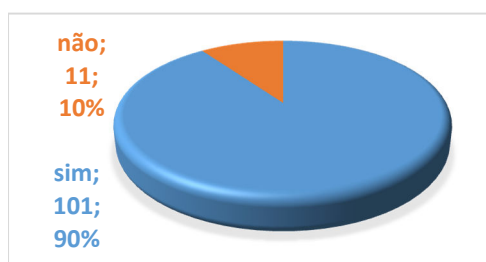


GRÁF. 20 - NESSES ÚLTIMOS ANOS O Nº DE TURISTAS QUE VISITA A ZONA TEM AUMENTADO?



GRÁF. 19 - EPOCA DO ANO COM MAIOR PROCURA

Questionados sobre a ideia de receberem formação técnica para trabalhar com o turismo, conforme podemos constatar no Gráfico nº 21, todos responderam positivamente demonstrando vontade de participar no desenvolvimento do turismo e assim lucrar com isso.



GRÁF. 21 - DISPOSIÇÃO A RECEBER FORMAÇÃO PARA TRABALHAR COM O TURISMO AQUI NA REGIÃO?

A aplicação desse questionário revelou-se como sendo bastante vantajoso, visto a fraca ou inexistente bibliografia e dados sobre a região em relação a vários aspectos. Conseguiu-se assim criar um meio de aproximação aos residentes e ficar a conhecer tanto a sua opinião como a conseguir dados importantes para a caracterização do local. Dados esses conseguidos apenas através dum trabalho de observação no terreno.

Conseguiu-se de igual forma despertar um pouco a atenção da população á questão do turismo e principalmente criar interesse sobre a ideia de participarem e constituírem um projecto de turismo comunitário na região.

No que toca a consciencialização da população em relação a importância do turismo para a zona, pôde-se verificar que existe uma noção superficial sobre o tema. É primordial desenvolver campanhas de sensibilização e formação, preparando a população para receber e apoiar o desenvolvimento do turismo.

2 - Analise SWOT da região

Pontos fortes e vantagens comparativas



- Património cultural rico abrangendo múltiplas áreas, com boas capacidades de aproveitamento e transformação em produtos turísticos;
- Recursos naturais diversificados de grande valor, sendo em alguns casos, recursos únicos na ilha
- Posicionamento relativamente a outras áreas turísticas relevantes;
- Boas acessibilidades rodoviárias;
- Facilidade de circulação automóvel entre os outros locais turísticos, o que favorece o lançamento de produtos considerados estratégicos para a região
- Sensibilidade da população residente e das instituições locais e regionais para o turismo como factor de desenvolvimento;
- Adjacência existente entre o novo Parque Natural de Santa Luzia sendo Calhau o acesso mais próximo.

Identificação de pontos fracos e condicionantes

- Falta de marca, *slogan* e logótipo associado ao turismo para Calhau
- Incipiente cooperação institucional (entre instituições públicas e público - privadas);
- Ausência de produtos turísticos integrados e estruturados capazes de atrair investimentos especializados;
- Região com fortes potencialidades mas sem serviços especializados e que lhe permita afirmar-se no mercado turístico;
- Debilidade do ambiente económico para atrair novos investimentos mas também da dinâmica do tecido empresarial;
- Carências na qualificação dos recursos humanos;
- Baixa qualidade dos serviços turísticos;
- Fracas condições para a transformação dos visitantes em turistas.
- Falta de água canalizada e o fornecimento de energia eléctrica é problemático
- Distância considerável entre as localidades de Vila Miséria (zona piscatória) e da zona agrícola
- Inexistente sistema de escoamento das águas fluviais que nas épocas da chuva causam estragos na zona piscatória danificando os acessos



Identificação das oportunidades



- Crescente desenvolvimento do Turismo a nível Nacional
- Tendência dos mercados para criarem produtos turísticos com base em recursos que a localidade possui;
- Tendência dos mercados para o desenvolvimento de férias curtas (ou *short breaks*), espalhadas várias vezes por ano segundo motivações diferenciadas;
- Interesse institucional de várias entidades e organizações no território, públicas e privadas, no desenvolvimento do Turismo na ilha (principalmente para as zonas vizinhas de Baía das Gatas e Paya Carga)
- Turismo como sector de diversificação da economia local.
- Existência de um projecto de montagem de uma dessalinizadora para apoio a agricultura segundo os moradores da área.
- Aposta na implementação, em larga escala, do sistema de rega gota-gota por parte da população o que desenvolverá a agricultura e logo potenciará o agro-turismo.
- A nova ligação por estrada entre Calhau e Baía das Gatas ira possibilitar as deslocações entre essas duas regiões.
- Construção de novos Hotéis na região
- Existência do Centro Meteorológico instalado pelos ingleses que traz todos os anos estrangeiros a S. Vicente sendo eles estudantes que acabem por ser turistas potenciais desenvolvendo assim o turismo escolar.
- Existência de um projecto para a construção da futura rampa de lançamento de barcos de recreio
- Desenvolvimento do parque natural de Santa Luzia

Identificação das Ameaças

- Riscos de fragilização (real ou potencial) de áreas ambientalmente ricas mas frágeis por ocupações incompatíveis, designadamente construções e outros usos em especial no litoral devido à crescente humanização destes espaços vulneráveis;
- Falta de interesse dos investidores por Calhau, face à sua fraca atractividade actual;
- Fortes carências na implementação de um modelo institucional específico, voltado para o desenvolvimento do Turismo;
- Carência de meios (especialmente de recursos humanos com formação adequada).
- Perigo de descaracterização do ambiente natural devido a extracção desenfreada de inertes na zona (areia, jorra e pedras)
- Apanha de espécies ameaçadas como as Tartarugas e a Cagarra por parte dos pescadores



3 - Áreas de oportunidade para o turismo e lazer

Pelas análises dos recursos em que se pode apoiar o desenvolvimento turístico, reconhece-se na Ribeira do Calhau aspectos que lhe permitem valorizar os seus recursos e aproveitar as oportunidades do futuro.

Neste ponto, a que desenvolver os conceitos para cada produto:

Património Cultural

- História da região
- Animação Cultural (festivals de musica, dança, teatro)
- Gastronomia (feiras gastronómicas)

Natureza e Paisagem

- Turismo Natureza / Ecoturismo
- Visitas ao parque natural de Santa Luzia
- Projectos de protecção as tartarugas nas praias de Santa Luzia e Calhau
- Observação de animais no seu habitat nomeadamente baleias, tartarugas, aves

Turismo em Espaço Rural

- Turismo Rural
- Agro-turismo (feiras agrícolas, workshops sobre técnicas agrícolas)
- Memórias

Sol, Mar e Praia

O turismo balnear poderá ser uma vocação estratégica central para a região dado que constitui motivo de atracção importante. Considerando as características das praias, destaca-se a sua pouca atractividade para o uso balnear com alguma excepção para a Praia Grande e *Sandy Beach*. Muito embora essas sejam de alguma perigosidade sendo muito utilizadas

para desportos náuticos. Há que salientar que na zona de baía das Gatas existem praias com muito melhores condições para uso balnear. Com a nova ligação que esta sendo construída entre Calhau e Baía das Gatas, fará com que precisamente nesta relação de vizinhança pode-se explorar uma complementaridade interessante em termos de produto turístico, já que a acessibilidade entre as duas zonas é de cerca de 15 minutos, o que é perfeito para quem esteja interessado a desfrutar os dois locais.

Recreio de Ar Livre e Desporto

- Turismo Activo e Desportivo / Aventura / Outdoor (conceito)
- Pesca de Mar alto
- Pesca ao largo da costa
- Surf Casting /pesca de arremesso
- *Rock Fishing* (pesca nas pedras)
- *Windsurf*
- *Kitesurf*
- *Trekking*
- Turismo de montanha
- Mergulho
- Passeios de barco
- Passeios a cavalo
- Cicloturismo – O contorno região oferece perfeitos contrastes para quem gosta de andar de bicicleta e descobrir praias de areia branca, paisagens lunares, paisagens desérticas, espaços verdes completadas por um mar de águas cristalinas

4 - Implementando um projecto de cariz comunitário (linhas gerais)

Existem alguns pré-requisitos para a implantação do turismo comunitário e para o sucesso de qualquer projecto nesse sentido na região e que nomeadamente compõem a primeira fase:

1. O domínio do território pela comunidade; implementação de um espírito de pertença e vontade de trabalhar em conjunto para o benefício geral
2. Uma organização comunitária consolidada e experiência na gestão de projectos de desenvolvimento; criação de uma sede para a direcção.
3. Bons aliados como ONG's ou pessoas com experiência na gestão de negócios, com fibra solidária e espírito de voluntário. Fechar parcerias e conseguir patrocinadores.

Numa segunda fase, estabelecer as infra-estruturas básicas necessárias para o arranque e funcionamento (casas para habitação, sistemas de tratamento de resíduos, identificação das hortas e demais produções que abastecerão e sustentarão a oferta, etc.). Adquirir os materiais e as ferramentas necessárias (transporte, materiais de alojamento, material de limpeza, escritório, etc.). Será necessário administrar formação profissional nas áreas de alojamento, governança, guia turístico, artesanato, etc.

Numa mais fase avançada do projecto analisa-se os resultados, corrige-se os erros e melhora-se o trabalho. O projecto deve ter em meta conseguir e permitir a expansão para outros núcleos familiares. Deverá criar e manter actividades regulares que permitam a divulgação da região e a criação de sinergias com outras comunidades (feiras agrícolas, artesanato, gastronomia, festivais musica, palestras, encontros culturais, etc.)

5 - Propostas de acções de planeamento para o desenvolvimento do turismo na Ribeira do Calhau

Com base nos resultados alcançados através dos questionários, dos conteúdos das entrevistas e da observação, propõe-se aqui enumerar algumas acções que poderão ajudar no desenvolvimento do turismo sustentado para a região de Ribeira do Calhau.

5.1 - Domínios de actividades estratégicas, eixos estratégicos e projectos

DOMÍNIOS DE PRODUTOS TURÍSTICOS

DOMÍNIO A – Desenvolvimento de produtos

Eixo de produto 1 – Alojamento Turístico

- ✓ Construção do hotel na Praia Grande com 200 hectares ²⁵
- ✓ Melhoramento do residencial GOA para torná-lo mais atractivo e mais competitivo

Eixo de produto 2 – Turismo Residencial

Turismo de Habitação na zona de Ribeira do calhau Utilização das moradias dos residentes locais para recepção e hospedagem dos turistas

Construção de residências com arquitectura tradicional para recebimento de turistas.

²⁵ Informação da Cabo verde investimentos

Eixo de produto 3 – Turismo Cultural

- ✓ Requalificação e animação da Vila Miséria;
- ✓ Dinamização de Eventos e Animação Turística e Cultural;
- ✓ Feiras e exposições gastronómicas na região da Ribeira do Calhau. Ensino de técnicas de confecção de alimentos e produtos aos visitantes;
- ✓ Feiras e intercâmbios sobre técnicas de produção agrícola entre localidades e também entre as outras ilhas;
- ✓ Exposições de produtos produzidos na região (queijo, doces, licores, etc.);
- ✓ Aposta no Festival de música que acontece em Julho criado em 2008 (já vai na 2^a edição);

Eixo de produto 4 – Turismo de Natureza e Ecoturismo

- ✓ Percursos de Natureza no parque natural de Monte Verde;
- ✓ Promover a Identificar trilhas para o *trekking* e descrever roteiros turísticos para a zona englobando as regiões de Monte Verde, Serra do Madeiral, Santa Luzia de Terra, Selada de Baleia, Esmancães, Sta. Luzia de terra, Vulcões;
- ✓ Observação das espécies endémicas;
- ✓ Observação de tartarugas e todo o seu ciclo de desova;²⁶
- ✓ Visitas ao parque natural de Santa Luzia;
- ✓ Passeios de barcos com os pescadores locais ou privados;
- ✓ Observação de baleias;

²⁶ Ver Apêndice (4) - entrevista com presidente da Associação Amigos do Calhau

Eixo de produto 5 – Turismo Escolar e Juvenil

- ✓ Centros de Férias
- ✓ Formação pedagógica para os visitantes dos produtos de turismo de natureza/ecoturismo e turismo cultural²⁷
- ✓ Campanhas de protecção as tartarugas e sensibilização da população local como também aos visitantes



ILUSTRAÇÃO 9 - VOLUNTÁRIOS EUROPEUS
COM O PRESIDENTE DA AAC JORGE MELO

Fonte: AAC (2010)



ILUSTRAÇÃO 8 - CAMPANHA PROTECÇÃO
TARTARUGAS NA PRAIA GRANDE (NINHOS)

Fonte: tirada pelo autor (2010)

Eixo de produto 6 – Turismo de Sol e Praia

- ✓ Equipamentos e Apoios de Praia na Praia Grande e *Sandy Beach*, Praia Preta;
- ✓ Valorização da Costa turismo de clima, balnear e ecoturismo;

Eixo de produto 7 – Turismo em Espaço Rural

- ✓ Campanha de estímulo ao investimento turístico;

²⁷ Ilustração 8 - acolhidos pela AAC colaborando com diversas organizações locais na área da Animação, Associativismo e Apoio a Eventos, Ambiente e Cooperação para o Desenvolvimento.

Eixo de produto 8 – Turismo Sénior

- ✓ Empreendimentos a nível do turismo de veraneio dirigidos aos segmentos sénior;

Eixo de produto 9 – Turismo Activo e Desportivo

- ✓ Apoio a Microempresas na Área das Multiactividades;
- ✓ Promover os sítios para a prática da pesca desportiva nomeadamente: Vila Miséria, *Saragarça*, *Sandy Beach*, *Tupim*, Praia grande, *Pnilinha*, Ponta do Vulcão do Calhau, Ponta de Viana;
- ✓ Promover torneiros e competições para a pesca desportiva tanto no alto mar como *rock fishing*;
- ✓ Promover o mergulho de alto mar para observação da vida marinha local;
- ✓ Promover a prática de desportos náuticos em: *Tupim*, *Sandy beach*, Praia Preta, Praia Grande. Isso em relação ao *Body-Board*, *Surf*, *Kite-Surf* e *Wind – surf*;
- ✓ Criação de competições para esses desportos na região;
- ✓ Promover à prática de Equitação e Turismo Equestre;
- ✓ Promover à prática do Cicloturismo na região;

DOMÍNIOS TRANSVERSAIS

DOMÍNIO B – Marketing e Promoção Turística

- ✓ Reposicionamento do marketing a partir do conceito “Natureza e Turismo Rural e Litoral”;
- ✓ Estruturação de campanha promocional no conjunto com entidades locais e municipais;
- ✓ Foco de acções promocionais de produtos e percursos turísticos nos hotéis e pensões

da cidade como também em agências de viagens e emigrantes no estrangeiro;

- ✓ Aposta num primeiro plano, para a conquista do mercado interno tendo em vista o turismo local e nacional. O turismo familiar aos fins-de-semana representa um forte mercado a considerar segundo Leão Lopes Filho;²⁸
- ✓ O mercado europeu, com particularidade para os países da Alemanha, França, Inglaterra, Irlanda e Holanda, segundo dados do INE, é aquele oferece mais turistas interessados no ecoturismo ou turismo de natureza, os turistas desses países adoram esse tipo de turismo. Esses turistas são considerados pessoas cultas que gostam de conhecer e estudar coisas diferentes;
- ✓ Atracção de nichos de mercado;
- ✓ Criação de *sites* para a informação e promoção;
- ✓ Participação em feiras e exposições;
- ✓ Campanhas publicitárias;
- ✓ Elaboração de brochuras;
- ✓ Agenciamento;
- ✓ Criação de mapas e cartões postais;
- ✓ Editar roteiros e folhetos informativos;
- ✓ Criação de um gabinete de promoção por parte da Câmara Municipal, de forma a divulgar a zona no exterior;
- ✓ Maior envolvimento do poder local e central na divulgação da zona;
- ✓ Elaboração de revistas;
- ✓ Guias turísticos;
- ✓ *Souvenirs*;

²⁸ Ver Apêndice (5) – Entrevista com Leão Lopes Filho

- ✓ Rodapé dos jornais;
- ✓ *Displays, Mupies*;
- ✓ Programas com operadores turísticos;
- ✓ Elaboração de desdobráveis;
- ✓ Elaboração de cartazes;

DOMÍNIO C – Formação de Recursos Humanos

A formação e capacitação dos recursos humanos envolvidos nas diversas actividades turísticas, referente à carência de mão-de-obra qualificada; Formação de Guias Turísticos Locais; Formação do pessoal de Restauração e similares; Formação de monitores para as diversas actividades desportivas que a região oferece.

DOMÍNIO E – Apoio ao Investimento

- ✓ Organizar acções de estímulo e apoio permanente ao turismo em espaço rural, incluindo relações públicas e outras formas de comunicação e apoio a projectos de investimento.
- ✓ Estas iniciativas ganharão eficácia se forem estabelecidos protocolos com canais de comunicação directa com a Direcção-Geral do Turismo²⁹, Cabo Verde Investimentos³⁰ a Câmara Municipal, Associação Amigos do Calhau, micro empresários locais, comerciantes e as associações de moradores.
- ✓ Utilização de meios de comunicação tanto electrónicos quanto gráficos (folheto, jornal, rádio, TV e revistas especializadas e sites e redes sociais), na promoção do ecoturismo na localidade.

²⁹ Ver Apêndice (2) - entrevista a MTIE com a Dr.^a Virna Ramos

³⁰ Ver anexo (1) – Incentivos ao Investimento Turístico

DOMÍNIO F – Sinalização e Informação Turística

- ✓ Painéis Sinalização Turística
- ✓ Revisão da sinalização direccional, informativa e interpretativa da região
- ✓ Postos de informação turística em vila Miséria e Ribeira do Calhau

DOMÍNIOS DE GESTÃO

DOMÍNIO G – Gestão Estratégica do Turismo

- ✓ Constituição da "Agência de Desenvolvimento Turístico da Ribeira do Calhau", com o carácter de associação público-privado e com intervenção no desenvolvimento de produtos e na promoção do destino (*benchmarking*).

DOMÍNIO H – Planeamento e Gestão Territorial

- ✓ Planos de Pormenor da Costa e da região de Ribeira do Calhau
- ✓ Contemplar os perímetros urbanos nas aldeias que vierem a ser seleccionadas para o projecto “turismo de habitação”.
- ✓ Criação de condições para a implantação de empreendimentos turísticos (esgotos, água canalizada, melhoria do serviço de electricidade, melhoria nos meios de comunicação e criação de um centro de saúde
- ✓ Promover a aplicação das leis para a conservação da fauna e flora nomeadamente as tartarugas marinhas.
- ✓ Sensibilização do público a respeito das possibilidades e limitações do ecoturismo;
- ✓ Incentivar a participação das comunidades locais nas operações ecoturísticas, para que esta seja considerada como uma actividade económica viável, sustentável e complementar às suas economias;
- ✓ A sensibilização e informação do turista, orientando-o sobre a importância de uma conduta adequada à conservação das áreas visitadas;

- ✓ Para uma gestão integrada do ecoturismo em áreas naturais deverão ser implantadas normas que viabilizem a geração e distribuição de receita nas áreas em questão;
- ✓ Desenvolver e implantar infra-estruturas adequadas às características socioculturais e ambientais locais nos destinos que expressarem vocação ou demanda para o ecoturismo;
- ✓ O controlo de qualidade da operação ecoturística através do desenvolvimento de metodologia e sistemas que acompanhem avaliem e aperfeiçoem as actividades;
- ✓ Promover palestras com profissionais capacitados na área de ecoturismo assegurando a consciencialização da população sobre os benefícios e limitações do ecoturismo.

CAPITULO VI – CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclusão

O presente estudo, objectivou a análise das potencialidades para o desenvolvimento do Turismo Comunitário na localidade de Ribeira Calhau/Calhau. Para tanto, houve uma observação da actividade turística no espaço, foram feitos o levantamento de dados, e a análise do património natural/ambiental existente no local. Foram analisados os aspectos positivos que contribuem para o incremento do turismo e também os negativos que são entraves para o desenvolvimento do mesmo. Também não foi deixado de lado a análise das oportunidades e deficiências decorrentes do turismo na região. Tudo isso para poder levar em conta todo o impacto e viabilização de um projecto turístico de base comunitária

O trabalho aqui apresentado é resultado de um percurso que teve início aquando da escolha do tema, passando por processos de leituras a pesquisas de campo, observações directas e entrevistas, culminando com as reflexões e análises dos dados obtidos junto a população local e líderes oficiais. A revisão bibliográfica que sustentou a definição dos conceitos abordados demonstrou que projectos comunitários tendem a ser a grande solução para a questão do desenvolvimento sustentado das regiões. O Turismo nesse sentido apresenta-se tanto como um meio de apoio na procura do desenvolvimento sustentável das regiões e populações como também uma consequência natural do trabalho desenvolvido dentro das comunidades nas diversas áreas e actividades.

As entrevistas realizadas aos vários actores turísticos e a observação feita na mesma área permitiram concluir que Ribeira do calhau terá grande potencial para o desenvolvimento de actividades turísticas diversas que podem ser exploradas como novas atracções turísticas fomentando não só o desenvolvimento das condições de vida da população residente como também na projecção de S. Vicente como um destino turístico competitivo. As principais potencialidades da ilha no que concerne ao desporto são Pesca desportiva, Desportos

náuticos, *trekking*, agro-turismo, turismo gastronómico, ecoturismo, turismo balnear, turismo escolar e turismo cultural no seu todo.

O primeiro objectivo da pesquisa consistia em elaborar um diagnóstico das potencialidades e limitações da região para a implementação do turismo comunitário. Com a análise SWOT realizada foi possível identificar todo o potencial da zona para o Turismo. Para que tudo seja uma realidade será necessário colmatar todas as ameaças e pontos fracos identificados, nomeadamente: a falta de planeamento turístico para a região, as deficiências nas infra-estruturas básicas para a região (água, electricidade, posto saúde), combater o problema da apanha desenfreada de inertes na região de Praia Grande, apostar ainda mais na capacitação da população jovem local e apoiar o desenvolvimento das actividades económicas locais nomeadamente a agricultura e a pesca.

O segundo objectivo passava pelo reconhecimento o grau de desenvolvimento do turismo na área de estudo. Numa análise final podemos dizer que embora possa existir, a actividade turística na zona ainda encontra-se muito pouco explorada e em relação a aquilo que existe podemos observar uma falta de planeamento tanto por parte dos investidores quer por parte dos organismos oficiais.

Outro ponto trabalhado foi a Identificação e análise das acções das entidades, centrais e locais no sentido de promover o turismo na região. Esses dados puderam ser recolhidos durante as entrevistas junto o presidente da Câmara Municipal e da Direcção geral do Turismo de São Vicente com a Directora Geral Dr.^a Virna Ramos. Neste quesito ficou claro que muito pouco tem sido feito para o desenvolvimento turístico especificamente nesta zona. Segundo palavras do Presidente, por ser uma ZDTI, tem-se apostado mais no apoio a população local, o que é algo positivo mas em relação ao turismo propriamente tem-se deixado quase que inteiramente nas mãos de investidores particulares dependendo assim de projectos que esses possam apresentar para a zona.

Identificar áreas de implementação de projectos comunitários e sugerir acções de planeamento para melhor utilizar os recursos existentes, foram dois objectivos importantes que também foram abordados. Foram apresentados no **Capítulo V** vários domínios que deverão ser trabalhados e aproveitados para a implementação de um Turismo planeado e sustentado. As actividades económicas locais como a pesca e a agricultura são pilares para a implementação do Turismo Comunitário a luz do que acontece em outras partes do mundo ou mesmo mais perto no projecto comunitário de Lajedos desenvolvido pela Ateliermar. Apoiar numa simbiose entre essas actividades favorecerá de uma forma ambivalente no desenvolvimento sustentado quer do turismo, quer das actividades económicas autóctones como também da população envolvida.

Por fim foi possível estudar a percepção da população em relação ao seu empenho no desenvolvimento do turismo de base comunitária na zona do Calhau. Com os dados do questionário aplicado juntamente com as conversas com a população local durante as visitas efectuadas é possível afirmar que as pessoas dessa zona estão fortemente interessadas em apoiar e participar num projecto que ajudará a desenvolver a região e melhorar a sua condição social e económica. A prova disso é a existência de uma associação que já pondera a utilização do turismo para desenvolver a Ribeira do Calhau segundo as palavras do seu presidente Jorge Melo.

Pode-se dizer que todos os objectivos foram atingidos no decorrer da pesquisa. De uma forma geral, houve uma avaliação das potencialidades da região para o desenvolvimento dos diferentes tipos de turismo identificados ao longo de trabalho que permitiu concluir que em Ribeira Calhau/Calhau existem várias condições naturais e humanas que podem ser aproveitadas para o fomento de um turismo sustentado com base no trabalho comunitário.

Novas vias de investigação

Infelizmente pelas limitações impostas e encontradas não é impossível abarcar todos os detalhes que rondam a volta do tema e dos objectivos trabalhados. Para pesquisas futuras propõe-se que o enfoque seja dado ao planeamento das actividades Turísticas. Muito mais poderá ser feito seguindo aquilo que foi delineado no presente trabalho. Para cada oportunidade de oferta de um produto turístico acarretará a necessidade de estudos específicos. Isso cria inúmeras vias de investigação académica para temas futuros.

No geral foi possível encontrar vários autores que sustentam a maior parte dos conceitos retractados mas em relação ao Turismo Comunitário, podemos concluir que ainda é muito reduzida a quantidade de material disponível para apoiar esse tema. A maior parte dos artigos publicados encontra-se em trabalhos académicos similares a este. Encontrar livros ligados a este tema aqui em cabo verde revelou-se numa árdua tarefa. Foi preciso recorrer várias vezes a trabalhos académicos e artigos on-line para apoio desse conceito. Embora já exista a algumas décadas ainda é considerado novo. Projectos desse tipo tendem a ser de viabilidade a médio e longo prazo de acordo a visão de Leão Lopes Filho.

Muitos outros aspectos poderiam ter sido abarcados e aprofundados tornando o trabalho ainda mais rico e abrangente. Aspectos sociais poderão e deverão ser estudados tendo em conta os impactos positivos e negativos que o turismo trará para a região. A economia local será afectada fortemente o que propiciará o desenvolvimento mas também trará outras questões como o aumento da população o que acarretará na necessidade de outras infra-estruturas e condições. Poderão ser feitos estudos no âmbito cultural prevendo as consequências benéficas ou não para a região e população. Outro ponto a ser estudado é a questão da segurança para a zona pois é sabido que com o desenvolvimento advém sempre o crescimento da violência. Estudos de viabilidade é outro ponto importante para avaliar todos os impactos do desenvolvimento turístico na região.

Por fim seria interessante colocar no papel um projecto comunitário de forma estruturada para a região. Foram apresentadas aqui apenas linhas gerais para um projecto neste âmbito. O presente trabalho teve como objecto de estudo a localidade de Ribeira do Calhau mas não significa que o mesmo não possa ser adaptado a outras regiões da ilha e do país. Espera-se que no futuro este projecto venha a ser implementado.

Referências Bibliográficas

ALCÂNTARA, Elzenice de Nazaré Monteiro (2003). *Prainha do Canto Verde: Turismo Socialmente Responsável e Gestão Participativa*. Fortaleza, 2003. 143p. Dissertação Curso de Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos (publicada), Universidade Estadual do Ceará.

ANDRADE, José Vicente, Fundamentos e Dimensões do Turismo, Belo horizonte. Editora Ática, 8 ed, 1976.

Associação Amigos da Natureza (2005) *Relatório Final do Projecto de Micro-Irrigação em Ribeira de Vinha* (Março de 2002 a Abril de 2004) Mindelo São Vicente

BAPTISTA, Mário (1990). *O turismo na economia, uma Abordagem Técnica, Económica, Social e Cultural*. Lisboa: Instituto Nacional de Formação Turística.

BAPTISTA, Mário (1997). *Turismo – Competitividade Sustentável*. Lisboa: Editorial Verbo.

BARRETO, Margarita (1995). *Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo*. São Paulo: Papirus Editora.

BARROS, António, (2005) – *O turismo e o desenvolvimento sustentável no município de Joinville*, dissertação de mestrado, no Universidade de Itajaí.

CONFEDERAÇÃO DO TURISMO PORTUGUÊS, 1.^a edição (2005). *Reinventando o turismo em Portugal*. Lisboa:

CORIOLOANO, Luzia Neide, LIMA, Luiz Cruz (Org.). *Turismo Comunitário e Responsabilidade Sócio-ambiental*. Fortaleza: UDECE, 2003.

CORIOLOANO, Luzia Neide. *O Turismo de Inclusão e o Desenvolvimento Local*. Fortaleza: UDECE, 2003.

COSTA, J.; RITA, P. ; ÁGUAS, P. (2001); *Tendências Internacionais em Turismo*; Editora Lidel; Lisboa.

COSTA, Jorge, RITA, Paulo, ÀGUAS, Paulo, (2004). *Tendências Internacionais Em Turismo*. 2ª Edição, Lisboa: Lidel – Edições técnicas, Lda.

CUNHA, Licínio (2006). *Economia e Política do Turismo*. Lisboa: Editorial verbo

CUNHA, Licínio (2007). *Introdução ao turismo*. Lisboa: Editorial verbo

DIAS, Reinaldo (2003). *Turismo sustentável e meio ambiente*. São Paulo: Atlas,.

DIAS, Reinaldo e AGUIAR, Marina Rodrigues (2002). *Fundamentos do turismo : conceitos normas e definições*. Campinas- SP: Editora Alínea

DINIS, Sandrina (2005). *Eco turismo: um instrumento para um desenvolvimento sustentável*. Tese de Mestrado, Universidade Técnica de Lisboa

DOWBOR, Ladislau (1998). *Da globalização ao Poder Local: a nova hierarquia dos espaços*. São Paulo, Cortez

GHIGLIONE, RODOLPHE, MATALON, (2001), *O inquérito*, 4ª edição, Portugal, Celta Editora

GRANT THORTON (2007). *IFC Cape Verde Sector Growth and Investment Programme: Draft Tourism Component*

INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA CABO VERDE, (2000) – *Cabo Verde, Zonas e Lugares, Recenseamento geral, população e habitação*.

INE (2006) QUIBB – CV (*Questionário Unificado de Indicadores Básicos de Bem-estar - Cabo Verde*) Praia, Santiago

MAIDANA, Carlos D. fogaça. (2000) – *Pesquisa eleitoral – faça você mesmo*. 5ª. ed. Porto Alegre

MARCONI, Maria de Andrade, e EVA, Maria Lakatos (2006): *Técnicas de pesquisa*, 6^a edição revista e ampliada. S. Paulo : Atlas S.A.

MARQUES, Maria Olinda (2005). *Turismo e Marketing Turístico*. Lisboa: Edições CETOP

MOLINA E., Sérgio (2001). *Turismo e ecologia*. Trad. Josely Vianna Baptista. Bauru, SP: EDUSC (2005). A principal fonte de empregos do mundo. *Desperta*, 16, 4.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT) (2001) – *Introdução ao turismo*. Trad. Dolores Martins Rodrigues Córner. São Paulo: Roca.

PIRES, Aníbal (2002). *Marketing: Conceitos, técnicas e problemas de gestão*. Lisboa: Editorial Verbo

PIRES, Eliane (2004). *As inter-relações Turismo, Meio ambiente e Cultura*. Dissertação de Mestrado. Instituto politécnico de Bragança

QUIVY, Raymond, CAMPENHOUNDT, Luc Van (1998) *Manual de investigação em ciências sociais*. 2^o edição Lisboa : Gradiva – publicações, L.^{da}

ROSE, Alexandri Turatti (2002). *Turismo: Planejamento e Marketing*: editora Manole, Sousa, Silva L. (2006) *Turismo e desenvolvimento local sustentável na Paraíba* Edición electrónica. Texto completo em www.eumed.net/libros/2006b/lss/

TOCQUER, Gerard e ZINS, Michel (1999). *Marketing do turismo*. Quèbec: Gaetam Marin Editora

VAZ, Gil Nuno (1999). *Marketing turístico Receptivo e Emissivo: um roteiro estratégico para projectos mercadológicos públicos e privados*. Brasil: Editora Pioneira Thomson.

VIEIRA, João Martins (2007). *Planeamento e ordenamento territorial do turismo: Uma Perspectiva estratégica*. Lisboa: Editorial Verbo

ZIMMERMANN N. & GUISAN A. (2000), *Predictive habitat distribution models in ecology, Ecological Modelling*, 147–186

Paginas Web consultadas

- <http://pt.shvoong.com/humanities/482839-entrevistas-explorat%C3%B3rias/> 2013-02-19 16:55
- http://www.naya.org.ar/turismo/congreso2003/ponencias/Luzia_Neide_Coriolano (2013-02-27 19:23)
- <http://www.org.br/wwf.org/> O que é desenvolvimento sustentável (2014-02-23 16:30)
- <http://dossiers.publico.pt/noticia.aspx?idCanal=979&id=172410> (2015-04-11 11:11)
- <http://ambiente.hsw.uol.com.br/desenvolvimento-sustentavel.htm> (2015-13-03 16:54)
- <http://www.omelhordoturismo.org/#!conceitos-turisticos/c15n0> (2015-26-01 11:17)
- <http://www.booking.com/searchresults.en-gb.html?aid=357026;label=gog235jc-index-XX-XX-XX-unspec-cv-com-L%3Aen-O%3Aunk-B%3Aunk-N%3AAXX-S%3Abo;sid=bad5e4bc2e8b9aa6530a439f313181e7;dcid=1;region=6580> (2015-02-03 15:09)
- <http://www.asemana.publ.cv/spip.php?article97951> (10-06-15 11:15)
- <http://www.ine.cv/destaques/view.aspx?n=1063> (10-06-15 11:30)
- <http://www.ine.cv/destaques/view.aspx?n=1064> (10-06-15 11:58)
- http://www.equiponaya.com.ar/congreso2000/ponencias/Luzia_Neide_Menezes.htm (25-06-15 11:15)
- <http://blog.rotajovem.com/2010/08/sve-em-cabo-verde-oucam-la.html> (25-05-15 11:15)
- <http://amigoscalhau.weebly.com/index.html> (25-05-15 11:15)

APÊNDICES E ANEXOS

Apêndice(1)-Questionário aplicado à população local

Este questionário tem por objectivo estudar a percepção da população em relação ao seu empenho no desenvolvimento do turismo de base comunitária na zona do Calhau. Trata-se de um trabalho académico e a sua colaboração é muito importante. Agradeço a sua colaboração.

Sexo Mas () Fem ()

1-Residência:

- () Calhau () outra zona de S.V.
() outra ilha () Estrangeiro

2- Faixa etária

- () 16 a 20 anos () 31 a 40 anos
() 21 a 30 anos () 41 a 50 anos

3- Habilitações literárias?

4- Qual a actividade profissional que Desempenha?

5- Como classifica as condições de vida turistas, da população na zona?

- () óptima () razoável
() boa () péssima

5.1 Na sua opinião o que poderá ser feito para melhorar as condições de vida da população?

- () mais investimentos () turismo
() actividades complementares a agropecuária e a pesca

6 Acha que o turismo poderá trazer benefícios para a localidade?

- () sim () não () não tem opinião

7- No caso afirmativo, a que nível?

- () económico () social () cultural

8 - Aprova a utilização dos patrimónios histórico, artístico, cultural e natural na actividade turística?

- () sim () não () não tem opinião

9- Qual desses aspectos acredita que precisa ser melhorado para o desenvolvimento da zona e o bem estar local?

- () saneamento básico
() estradas
() abastecimento de água
() energia eléctrica
() outros _____

9-Acha que Calhau tem condições para desenvolver o Turismo Rural?

- () sim () não () não tem opinião

10-Tem conhecimento de algum projecto turístico nesse sentido?

- () sim () não () não tem opinião

11-Receberia turistas na sua residência?

- () sim () não () não tem opinião

12- Enquadraria um projecto de desenvolvimento turístico local sem comprometer as suas actividades do dia-a-dia?

- () sim () não () não tem opinião

13- Estaria disposto(a) para servir de guia aos visitantes mostrando as potencialidades do local sem danificar o meio ambiente

- () sim () não () não tem opinião

14- Na sua opinião quais os factores que poderão motivar a implementação do Turismo Rural na localidade?

- () característica da região
() dificuldade do sector agro-pecuário
() actividade rentável
() aumento da procura

15- O que poderá ser feito para aumentar a oferta turística nessa área?

- () criação de Infra-estruturas básicas
() meios de hospedagem
() promoção do local

16- Nesses últimos anos o nº de turistas que visita a zona tem aumentado?

- () sim () não () não tem opinião

17- No caso afirmativo, em que época do ano?

- () verão () Inverno

18- Estaria disposto(a) a receber formação para trabalhar com o turismo aqui no calhau?

19- Pensa que a ligação Baía/Calhau ajudou no aumento do turismo na zona?

- () sim () não () não tem opinião

Apêndice (2)

ENTREVISTA: Direcção Regional do Ministério do Turismo, Indústria e Energia Norte

Nome: Virna Ramos (Directora Regional)

Data: 20/05/15

1) Na sua opinião, qual o estado actual do turismo em Ribeira do Calhau?

Não se pode falar em turismo em RC por não estarem reunidas as condições para a prática dessa actividade (exemplo: não tem superestruturas: alojamento, restaurantes e infra-estruturas para suportar uma procura acentuada). Contudo tem potencialidades para a prática do Turismo no Espaço Rural onde se pode praticar, por exemplo, o agro-turismo e o turismo cultural (ligado ao artesanato, gastronomia)

2) Existe um plano estratégico para o desenvolvimento do turismo na Ribeira de Calhau?

*Não. Por ser uma localidade tão pequena não se justifica. Contudo foi elaborado o Plano Estratégico para o Desenvolvimento do Turismo em CV para o triénio 2010 – 2013 (**Resolução n.º 34/2010 de 06 de Julho, BO n.º 25/10 I Série**) que contempla acções regionais para as diversas ilhas, e consequentemente para localidades como RC. Este documento aguarda actualização*

3) O que pensa da legislação turística em Cabo Verde como suporte do desenvolvimento do turismo nas zonas rurais.

A legislação ainda tem algumas lacunas a nível geral, mas já existe o D-Lei n.º 35/2014 de 17 de Junho que estabelece o regime do exercício da actividade turística no espaço ou zona rural (ver anexo)

4) Existe incentivos para os investidores?

Sim. Existem incentivos aduaneiros e fiscais para os investidores que investem no sector do turismo³¹

5) Existe um sistema ou posto de informação para os turistas e investidores em São Vicente?

Existe um pequeno posto que funciona na Avenida Marginal (junto do parque infantil), mas não pode ser considerado como um local para apoiar os visitantes porque funciona mais como um posto de venda de postais, mapas, revistas, etc. Não está concebida para atender, informar e encaminhar os turistas.

³¹ Ver anexo (1)

6) Quais são as prioridades da DRTSV em relação ao desenvolvimento do turismo em Ribeira de Calhau?

Não existem prioridades concretamente para esta localidade, mas sim para a ilha de SV. A DREN como representante regional do Ministério do Turismo, Investimentos e Desenvolvimento Empresarial (MTIDE) contempla a RC no seu plano de desenvolvimento do turismo da ilha. Como já se referiu acima, o turismo que melhor se enquadra nessa localidade é o TER.

7) Na sua opinião quais são as potencialidades turísticas que Calhau oferece?

Turismo no Espaço Rural (TER) e Cultural (mais virado para a gastronomia e artesanato), Trekking e circuitos pedestres, visitas a propriedades agrícolas.

8) Quais as estratégias definidas de acordo com os recursos existentes bem como as potencialidades que a zona oferece para uma adequada gestão da oferta?

Ver respostas 6 e 7.

9) Na sua opinião, qual é a importância do turismo para a Zona de Ribeira do calhau?

Crescimento e desenvolvimento do local: criação de emprego, melhoria da qualidade de vida, promoção da inclusão social, criação de micro e pequenos negócios (produção de doces, artesanato, queijos, etc.), diminuição do êxodo rural, aumento da auto-estima da comunidade.

10) Acha pertinente a existência de um modelo de planeamento para o desenvolvimento turístico para a Zona?

Sim, em parceria com os diversos actores, mas dentro de um plano Regional (Ministério do Desenvolvimento Rural, Ministério da Cultura, Câmara Municipal, Associações Locais, comunidade local, empresários locais).

11) Quais deveriam ser os aspectos locais a serem incluídos num plano de desenvolvimento turístico para a Zona?

Os atractivos naturais e culturais, as infra-estruturas e superestruturas. Como ex.:, característica rural; a prática da agricultura; proximidade com algumas praias: Sandy Beach, Praia Grande, Praia de Calhau; estrada de ligação com a Baía das Gatas,...

Para que esse desenvolvimento seja completo em toda a zona outros indicadores devem ser considerados, como: taxa de mortalidade, natalidade, violência, educação, saúde pública, entre outros. Se a população local não tiver os requisitos básicos para a sobrevivência sanados, a região nunca alcançará seu nível de desenvolvimento pleno.

12) Na sua opinião como perspectivar o desenvolvimento turístico da zona, por não se tratar de uma ZDTI?

Ver respostas anteriores

13) Quais as principais fragilidades ou preocupações em relação ao turismo na Zona? Que medidas têm sido tomadas para colmatar tais fragilidades?

Insuficiências de infra-estruturas e superestruturas; elevada taxa de analfabetismo, aumento do êxodo rural. As medidas devem passar por acções conjuntas entre os diversos responsáveis locais e governamentais.

14) Como classifica as condições de vida da população da zona de Ribeira do calhau?

Carecem ainda de infra-estruturas básicas, muitas pessoas vivem em situação de pobreza, muitos jovens desempregados e sem perspectiva de vida, fracos rendimentos agrícolas.

15) Como poderia, a população local, ganhar com o desenvolvimento de um Turismo Comunitário?

Turismo comunitário ou de base comunitária pode ser definido como aquele onde as sociedades locais possuem controle efectivo sobre seu desenvolvimento e gestão. E por meio do envolvimento participativo desde o início, qualquer acção voltada ao turismo deve proporcionar a maior parte de seus benefícios para as comunidades locais. Desta forma, o turismo de base comunitária pressupõe o desenvolvimento de actividades baseadas nos seguintes princípios: Planeamento participativo e contínuo.

O planeamento aplicado ao turismo de base comunitária deve estar voltado para os seguintes objectivos:

- *Orientação de uma nova actividade económica visando o desenvolvimento local;*
- *Definição da vocação turística;*
- *Ordenamento da utilização do território e da instalação de equipamentos e infra-estrutura;*
- *Valorização da cultura e manutenção da biodiversidade;*
- *Estabelecimento de regulamentação para a actividade, com legislação específica que considere os diversos agentes envolvidos (comunidade, poder público, iniciativa privada, unidades de conservação, etc);*
- *Diversificação da economia local e incentivo ao resgate das actividades tradicionais (agricultura, artesanato, pesca, etc.) ou desenvolvimento de novas actividades;*
- *Desenvolvimento de produtos, identificação de mercados e criação de um plano de marketing local e integrado;*
- *Qualificação da mão-de-obra local, fomento à criação de pequenos negócios e incentivo à diversificação das opções de actividades de lazer, visando um turismo qualitativo, e não de massa;*
- *Descentralização do poder e criação de mecanismos para actuar no controle sobre a especulação e exploração inadequada da actividade realizada por agentes externos;*
- *Criação, fortalecimento e organização de associações de base;*

- *Revitalização e melhor aproveitamento de espaços físicos existentes, antes da construção de novos espaços;*
- *Promover a satisfação dos visitantes e sensibilização sobre questões ambientais e sociais;*
- *Criar indicadores que permitam o acompanhamento do processo de desenvolvimento do turismo e seu planeamento a curto, médio e longo prazos.*

Apêndice (3)

ENTREVISTA: Câmara Municipal São Vicente

Nome: Presidente Augusto Neves

Data: 15/06/15

1) Acredita que S. Vicente esteja preparada para o desenvolvimento de um Turismo planeado, benéfico e sustentado? O tipo de Turismo que temos hoje evidenciará isso?

A nossa ideia do turismo é a preparação do destino. Se pensarmos nisso, São Vicente tem todas as condições. Temos um potencial natural enorme, temos um clima excepcional, um património arquitectónico rico, isso falando em termos de cidade. Temos todas as condições para o turismo balnear. O problema do turismo no nosso país e em São vicente coloca-se na preparação. Eu acho que ainda temos um longo caminho a percorrer. O problema passa também na politica utilizada. O turismo desta ilha tem que ser pensada a nível do destino e não nos Portos e Aeroportos. Pois podemos ter grandes portos para receber cruzeiros mas se o destino não estiver preparado o turista só virá uma vez. Por tudo isso acho que deverá haver um grande investimento na cidade, nas zonas rurais, trazer mais segurança para que realmente as pessoas comecem a ver São vicente como destino. Isso é possível mudando as politicas que até hoje não tem sido as melhores. Há que preparar o pessoal para que realmente haja um crescimento do turismo. Portanto eu penso no turismo em São Vicente com uma visão de futuro. Neste momento falta muito

2) O que representa para si, o desenvolvimento/crescimento do turismo sustentado?

É basicamente o que eu já disse antes desde que esteja Tem minimamente organizado. Tem que haver investimentos. A câmara sozinha não consegue. As suas atribuições no turismo são extremamente reduzidas pela lei e temos feito aquilo que é possível. Já à três anos que temos vindo a restaurar todas as ruas antigas da cidade para que o turismo de cruzeiro , principalmente, consiga visitar uma cidade minimamente organizada. Temos mantido a cidade muito limpa que é fundamental porque isso dá a primeira imagem. Tem a parte da segurança e embora muitos não saibam, grande parte dos doentes mentais foram abrigados no centro de acolhimento em Vila Nova já lá vão oito anos. Temos trabalhado na questão das crianças de rua no intuito de receberem cuidados e uma educação melhor. Tudo isso é trabalhado para o Turismo. Estando a cidades mais organizada, mais limpa e mais amena dá-nos a possibilidade de ter mais visitantes. Para além disso tudo há uma serie de actividades que a câmara promove nomeadamente o Carnaval e o festival que passam por uma promoção enorme que fazemos a cada ano. Apoiamos o teatro, o Fon Art ligado ao centro de artesanato, temos algumas actividades de rua pontuais. Não é só pensando no turismo mas também pensando na parte económica, que é o meu pelouro. Nós potencializamos essas actividades no sentido de trazer mais dinheiro e o turismo deve trazer mais dinheiro. Mas isso tudo tem que ser feito em coordenação com os vários sectores e ministérios.

3) Acredita que Ribeira do Calhau esteja no bom caminho reunindo todas as condições para um turismo Sustentável?

Enquadrado na realidade do turismo na ilha acredito que ainda muito terá de ser feito para podermos admitir isso. (ver resposta perg. 1)

4) O que a C.M tem feito para promover o turismo na região? Na aprovação dos projectos turísticos a C.M considera os aspectos culturais e ambientais da localidade?

Relativamente ao turismo das zonas rurais é um pouco mais complexa. Elas, como é o caso da Rª do Calhau ou Salamãsa, foram mais direccionadas para um espaço empresarial. Foram constituídas ZDTI's para grandes investimentos e empreendimentos turísticos. Só que isso não deu resultado. Ouvimos o discurso da crise mas houve outros problemas. Nós esperamos outros ventos. Neste momento está mesmo difícil embora no ultimo mês ter-se-á feito o Meeting Point, que trouxe esperanças para muita coisa e que se pelo menos chegar a apenas uma já é muito para São Vicente e poderá abrir portas para outros investimentos futuros.

O que a Câmara faz é o nosso trabalho de dia a dia, garantir o saneamento básico, ajudando as famílias mais carenciadas,. O Turismo só terá valor se houver algum equilíbrio pois não podemos ter um turismo lá em cima com o povo sofrendo. Temos vindo a construir centros Sociais para essas comunidades, habitações sociais nas zonas do Calhau, Salamãsa e São Pedro , melhorando assim as condições de vida no sentido de fazer que o turismo possa a ser visto mais como um elo de desenvolvimento e não de desfasamento. Temos também trabalhado na urbanização da zona estando ela mais ou menos organizado em termos de plano.

5) As actividades económicas locais (sector da pesca, agricultura serviços) enquadram perfeitamente com o desenvolvimento do turismo?

Sim. Na área do Calhau, realmente pelas condições naturais que aquela zona possui poderia se explorar muito mais. O mar, a natureza vulcânica, o aspecto rural, a pesca, constituem muitas oportunidades para se fazer muita coisa.

6) Qual a sua opinião sobre o turismo rural mais concretamente do Turismo Comunitário?

Não respondeu

7) Acha que Ribeira de Calhau tem potencialidades para o desenvolvimento do turismo rural?

Acredito que sim. Há muito para ser aproveitado mas convém saber como fazer isso. Há que ter sinergias entre os demais agentes para que isso seja feito de forma planeada e tome o bom caminho.

10) Acredita que a população está preparada para acolher esse tipo de actividade? O que poderá ser feito para criar as condições para a implementação do turismo rural na Ribeira de Calhau?

Eu acho que temos que preparar a juventude fundamentalmente. Não cabe a nós fazer isso. O que podemos fazer é dar o nosso apoio. São as Instituições, as universidades e as direcções dos serviços que tem que formar a população antes da chegada do turismo. Temos feito alguma coisa nesse sentido. Oferecemos uma formação em Inglês para jovens de Salamânsa e São Pedro inclusive já estão a pedir outra. Calahau ainda não foi contemplado mas poderá estar dentro do nosso plano. Aqui em São Vicente vemos São Pedro pelo aeroporto e Salamânsa pelas condições fáceis e pelas propostas de investimentos mais fáceis. Possivelmente o turismo chegará nessas zonas primeiro.

11) Quais as principais fragilidades ou preocupações para o turismo na Zona? Que medidas têm sido tomadas para colmatar tais fragilidades?

Temos que melhorar a segurança em São Vicente. O aspecto do Ambiente tem que ser melhorado e nesse sentido tem havido uma actividade muito forte em campanhas de sensibilização. De trabalhar na questão da sensibilização e educação da população para melhor poder receber o turismo com morabeza. Sem isso teremos dificuldades. Acredito pelas nossas condições consigamos vencer isso.

Apêndice (4)

ENTREVISTA: Associação Amigos do Calhau

Nome: Jorge Melo (Presidente)

Data: 15/12/14

1) Quando e onde foi criada a Associação Amigos do calhau

14 Fevereiro de 2001 reconhecida oficialmente 17 Março de 2002

2) Motivos que levaram a criação dessa associação?

Foi uma pessoa onde pensei aproveitar a experiência adquirida quando trabalhava na câmara municipal e criar uma associação q abrangesse, inicialmente apenas a zona piscatória com o intuito de ajudar a desenvolver as condições de vida dos habitantes locais. Ser um morador da zona e sendo ela bastante carenciada levava-me a escolher calhau para implantar a associação

3) Quais são os corpos dirigentes da associação?

Presidente, vice-presidente, secretario, conselho, fiscal e assembleia

4) Qual o Perfil do associados e como são escolhidos?

Embora a ideia inicial tenha sido minha a associação não deixa de ser uma associação comunitária. Qualquer membro da população é apta a participar na associação como também a apresentar a sua candidatura para a presidência da mesma. Todos são convidados a participar na vida activa da associação/ todos os sócios tem a plena legitimidade na eleição

5) Quais são os objectivos desta associação?

O nosso objectivo inicial é a criação de infra-estruturas para apoio social, não na execução de uma politica cultural, não de numa politica de gestão dessas infraestruturas, o nosso objectivo é cria-las e entregar a sua gestão a própria população,

Por exemplo: foi criada a casa de pescadores onde o trabalho de gestão fica a cargo dos pescadores, sendo a associação responsável apenas pelos encargos acarretados (despesas com a electricidade, acareação, entre outros). O objectivo é inculir o sentimento de pertença aos moradores levando-os a sentirem-se donos daquelas infra-estruturas. O mesmo acontece com a placa desportiva que de momento se encontra a cargo da equipa de futebol criada pela associação, com a Casa de queijos, escola de formação de Metalomecânica, etc.

6) Pretendem alargar esses objectivos?

O nosso pensamento será sempre em alargar e diversificar, só que ainda continuamos nessa fase de criação de infra-estruturas, porque calhau ainda carece de muita coisa principalmente no âmbito sócio-cultural criando assim um espaço a cultura (teatro, dança, musica, reuniões, etc.)

7) Quais acções pretendem desenvolver a médio e longo prazo

Encontramo-nos precisamente na área do turismo e formação profissional. Já existe uma escola de formação profissional e pretende-se desenvolver uma pereceria com o instituto de emprego, isso como meio de criar alternativas profissionais para os jovens. Existe a outra alternativa profissional que consiste na formação de guias turísticos, o nosso projecto não é criar infra-estruturas turísticas porque é um projecto vasto e deixamos para aqueles que tem o interesse económico. Queremos sim, criar condições para fazer o turismo desenvolver, apresentando soluções para o turismo no calhau integrando sempre a ilha de santa luzia, apostando na formação dos recursos humanos.

8) Vocês recebem ajuda financeira de outras entidades.

Todos os nossos projectos têm sido orçados em mais de 1.000.000 de escudos sempre com apoio de instituições estrangeiras nomeadamente Fundação Portugal Africa, câmara de Oeiras, Câmara de Porto, SIC (Associação para Cooperação Intercambio e Cultura), Embaixada da Grã-bretanha, Embaixada do Canada, Embaixada da França. Foi daí que todo o grosso dos investimentos veio. Tivemos também o apoio do Programa Luta Contra Pobreza. Temos realizado algumas campanhas de sensibilização para protecção do meio ambiente junto das escolas e da população em geral incidindo sobre a higiene do meio. Fomos nos quem implementou o sistema de recolha de lixo que não existia. A CMSV apenas faz a recolha fomos nos quem introduziram os contentores de lixo. Quanto ao apoio e desenvolvimento do turismo pouco te sido feito. Em relação ao Residencial Goa, por exemplo, fui eu o grande impulsionador para convencer aqueles investidores a investir em calhau. Os empregados que aí trabalham são moradores do calhau que também participaram na fase de construção.

9) A associação trabalha junto com os pequenos comércio, restaurantes ou hotel?

A associação não participa com influência activa em nenhum dos estabelecimentos comerciais, nem restaurantes e nem junto ao hotel. Não temos um papel directo mas indirectamente pelo facto de tentar proporcionar o bem-estar para a comunidade local estamos a apoiar o desenvolvimento do turismo criando assim um clima de bem-estar socioeconómico satisfazendo assim as necessidades de todos. O visitante não querará estar num lugar aonde reina a insegurança e desigualdade social.

10) A associação possui grupos de expressão cultural? Quais Acções levadas a cabo a nível de divulgação cultural?

Não temos. Mas temos apoiado emprestando equipamentos, arranizando recursos para os grupos de dança e teatro Temos realizado algumas campanhas de sensibilização para protecção do meio ambiente junto das escolas e da população em geral incidindo sobre a higiene do meio. Fomos nos quem implementou o sistema de recolha de lixo que não existia. A CMSV apenas faz a recolha fomos nos quem introduziram os contentores de lixo.

Quanto ao apoio e desenvolvimento do turismo algo tem sido feito. Em relação ao Residencial Goa, por exemplo, fui eu o grande impulsionador para convencer aqueles investidores a investir em calhau. Os empregados que aí trabalham são moradores do calhau que também participaram na fase de construção.

11) A associação mantém contacto com outras associações de outras zonas?

Mantemos boas relações com as associações de pescadores de S. Pedro e Salamânsa participando em todas as actividades realizadas.

12) A associação recebe apoio das Entidades locais?

Quase nada. A actual câmara cedeu o terreno em Madeiral aonde foi construída a oficina de Metalomecânica.

13) Como classificaria o panorama actual do turismo em Calhau?

Penso que se encontra no bom Caminho. Para mim, calhau reúne potencialidades para o desenvolvimento do turismo que nenhuma outra região em S. Vicente tem. O turista de hoje cada vez menos permanece enfiado dentro do hotel cada vez mais quer conhecer novas regiões em curtos espaços de tempo. Temos grande potencialidade para desenvolvimento do turismo de mergulho graças a beleza do nosso fundo do mar, turismo de montanha graças aos vulcões, turismo de pesca desportiva. O turismo irá permitir uma conexão entre o futuro Parque Natural De santa Luzia com a zona do Calhau e acredito que será um dos principais pólos dinamizadores do turismo.

14) A associação estará predisposta a auxiliar o desenvolvimento de projectos de Turismo

Comunitário.

Obviamente que sim e já aí passaremos a um programa maior. Temos o projecto de uma rampa de lançamento de lanchas e botes de recreio com intuito d desenvolver o turismo de mergulho e pesca desportiva. Os próprios pescadores poderão começar a levar os turistas para passeios no mar e permitindo assim a conexão a Santa Luzia. Nesse aspecto estamos trabalhar em estreita ligação com o projecto Conservação marinha e costeira que vem trabalhando na perspectiva de criação de um Reserva Natural da ilha de santa luzia.

Temos trabalhado também com a associação Biosfera que pretende sensibilizar os pescadores para a questão de protecção as tartarugas. A ideia é dotar cada pescador com um rádio de comunicação para quando avistar uma tartaruga a desovar possa informar a associação na cidade que já se encontrará em concertação com os hotéis que rapidamente levará os turistas, que já se encontram em stand by, para observar o processo. É claro que o pescador ganhara com isso porque será ele a levar os turistas servindo de guia e utilizará o seu próprio bote. Já é um projecto que se encontra implementado em outros locais com sucesso. Em princípio será implementado no calhau este ano.

Apêndice (5)

ENTREVISTA: Ateliermar (projecto comunitário de Lajedos)

Nome: Leão Lopes Filho (Presidente)

Data: 03/06/14

1) A seu ver S. Vicente estará preparado para o desenvolvimento do Turismo?

Tenho sempre ouvido falar m potencialidade e possibilidades mas sinceramente não reconheço estratégias. Falando da realidade local não é visível nenhum plano, estratégia nem nenhum suporte conceptual a respeito de um turismo local sustentado.

2) O que representará para si, o desenvolvimento/crescimento do turismo sustentado.

Algo que tenha viabilidade no futuro, para que outras gerações possam usufruir de uma estratégia politica, económica ou cultural. É uma palavra que esta na moda que possui muito sentido para mim por qualquer medida ou estratégia que deveremos fazer hoje e incontornável a necessidade de faze-lo pensando no futuro. É uma questão muito difícil principalmente porque o modelo político que temos no nosso país estabelece horizontes e planos muito curtos o que dificulta o trabalho. Falo tanto a nível governamental, central e local. Falando a nível local, o horizonte de um presidente de câmara e de 4 anos o que exerce uma pressão fazendo que seja complicado planificar numa perspectiva sustentável. É impossível falar e planificar o turismo, a educação, a economia em horizontes tão reduzidos. Seria preciso que nascesse no nosso país uma outra cultura de gestão politica. Enquanto não houver isso é difícil planificar a médio e longo prazo com a garantia que o plano possa ser corrigido e redireccionado que essencialmente possa garantir o desenvolvimento da região e do local. Essa é a minha perspectiva em relação

3) Pensa que S. vicente estará no bom caminho reunindo todas as condições para um turismo Sustentável?

Ela possui tem potencialidades mas dependerá da parte conceptual. Pelo que já falei posso dizer que há muito para se fazer ainda.

4) Acredita que a cultura será um dos factores que impulsionará o desenvolvimento do turismo em S. Vicente?

Não só em só em S. Vicente mas como em qualquer lugar. Turismo é uma Industria cultural na sua essência o que já diz tudo. Se o turismo não tiver uma sustentação e toda uma dinâmica apenas oferecida pela cultura, acaba por se esgotar nos equipamentos e serviços. Para vender esses serviços há que haver conteúdo só oferecido pela cultura. Temos o exemplo dos países europeus mais avançados da europa aonde não se vê um turismo de massa. Possuem um turismo com foco no património, um turismo de cultura (prefiro turismo de

cultura em vez de turismo cultural). Possuem um Turismo de facto baseado na potencialidade da sua história e numa política de preservação, promoção e de educação no património material e imaterial. França é um exemplo, para mim é uma referência do verdadeiro turismo, como industria e uma economia forte.

5) Qual a sua opinião sobre a participação activa da população como agente dinamizador, no que concerne a divulgação e protecção da nossa cultura, acredita que isso tem sido feito?

Difícilmente grupos organizados, sejam eles a população, empresas ou outros grupos poderão participar se não houver uma direcção ou um plano. Sem saberem como e onde deverão participar. Por exemplo vemos iniciativas privadas de pessoas que abram bares e pensões mas sem ter como base e orientação que eventualmente poderiam ser adquiridas em alguma instituição ou departamento com o objectivo de orientá-los no seu negocio. Não vejo a preocuparem-se com questões como: “Haverá sentido em abrir uma pensão neste local?; Quantos quartos poderá ter?; Qual será o conteúdo ou a minha atracção que me fará competitivo perante a concorrência?. Entendes? Visto que não há nada orientando-o acaba por ser tudo feito à toa. Normalmente são iniciativas de imigrantes porque possuem o capital de investimento mas fazem-no intuitivamente. Mercado poderá haver mas se não funcionará se não houver uma logica e seriedade. Falamos da cultura mas não temos uma programação desta ilha. Cada um faz as suas actividades, os seus entretenimentos mas nunca a Vereação da Cultura da Câmara lembrou-se a o menos em reunir toda essa informação e programas da cidade e editá-las, para quando um visitante ou mesmo um local quiser saber da programação cultural local possa ter acesso a isso. É algo banal encontrado em qualquer outra cidade do mundo.

6) Baseando nos resultados dos projectos que desenvolve junto com o Ateliemar, acredita ser possível continuar a apostar no desenvolvimento do turismo no seio de comunidades autóctones?

Vale a pena sim investir cada vez mais. Mas investir tudo no intuito de criar uma consciência, formar a mentalidade dessa comunidade, qualifica-la para que possa perceber todo o seu potencial para ajudar no desenvolvimento e economia local. Esse é o desafio. Tanto vale sim a pena que nós não pretendemos parar com esses projectos (lajedos, Salamansa, S. pedro). Cada vez mais vamos sofisticando mais os nossos conceitos e a nossa experiencia de intervenção. Faço uma ressalva, os nossos projectos não são turísticos. Esse surge no âmbito de um projecto de desenvolvimento de uma comunidade. Com o exemplo da Salamansa, q todos nos conhecemos, onde a sua identidade económica, histórica é a pesca. Começamos a trabalhar com a pesca, os pescadores as peixeiras, etc. Gradualmente vai evoluindo e encadeando nos outros sectores, a educação por exemplo pois trabalhamos com as escolas. Socialmente a comunidade ganha uma auto-estima. O turismo surge como uma consequência e é natural que isso aconteça. Chega a um ponto que isso e despertado pois passa a haver uma identidade pois passa a ter uma imagem, um nome o que faz aparecer o interesse n pessoas que os levam a visitar o local. Passa a estar no “ponto de rebuçado” para aparecer o empreendedorismo comunitário local para receber o visitante seja nacional ou estrangeiro. Não cai do céu e passa a ser uma proposta sustentável. É assim que todo o nosso trabalho é montado e passa a ser

desenvolvido. Temos também a zona de Ribeira da Torre onde começamos a trabalhar com biólogos visto não conhecermos bem a zona. A própria comunidade vai identificando as oportunidades e graças as necessidades vão-se criando alternativas e produtos. Um visitante que precisa de um copo de água, de um almoço, de uma lembrança vai despertando a consciência dos locais na necessidade e na oportunidade de criar restaurantes, lojas de artesanato, etc. para suprir essas faltas. É um efeito “bola de neve” que por ser endógeno é imparável dando uma garantia de qualificação. São esses pequenos projectos que investem na qualificação do turismo nacional. No dia em que o nosso país tiver muitas mais experiencias desse tipo de certeza que o turismo e o interesse turístico em nos vai aumentar. Ele preserva o nosso património, qualificando as pessoas sem aliená-las. Por que carga de água precisam de um estrangeiro para vir a minha zona e abrir uma mercearia se eu mesmo o posso fazer. Seria o mesmo que passar-me um atestado de indigência mental.

7) Qual a sua opinião sobre o desenvolvimento do turismo rural na Zona de Ribeira de Calhau baseada no turismo comunitário, acredita ser possível baseando-se nos resultados do projecto lajedos em S.A? Acredita ser possível ou viável apostar num projecto desses?

Nós não usamos essa expressão turismo Rural. Embora esteja presente em manuais escolares e exista como classificação. No Brasil tem sentido falar disso devido ao tamanho do seu território o que permite fechar os conceitos. O nosso modelo de turismo pode ser aplicado em qualquer sítio, urbano ou rural. As técnicas e o conceito passam pelo mesmo. É muito difícil fechar Calhau no conceito de rural. Mesmo em Santo António deixamos esse conceito aberto e São Vicente não é rural. Posso aceitar “no meio rural” mas apenas onde a economia encontra-se fechada nesse meio. Não é possível fechar a economia de Calhau pois ela encontra-se ligada directamente a cidade. Não considero um trabalho de intervenção fechado num conceito de rural e muito menos fechado nos territórios aurículo e litoral. Para mim, Calhau é toda aquela área. Apostaria muito mais num projecto desse encaixado na nossa ideia de uma comunidade ou região sem fechar em conceitos científicos e sem separar as pequenas zonas. Pois não há separação deixemos isso para os interesses dos negócios e investidores. Pela experiência que tenho acredito sim que Calhau tenha tudo vingar um projecto desse claro se for feito de forma bem planeado. Temos trabalhado em conjunto com uma associação comunitária local de Calhau. Temos essas ideias para aquela zona. O teu trabalho sendo ele académico, quem sabe poderá no futuro dar algum contributo para efectivar essas experiências uma vez que esteja sendo criadas condições na base das nossas estratégias

8) Como poderia, a população local, ganhar com o desenvolvimento desse tipo de Turismo?

Deverão ser esses os principais visados. Socialmente, culturalmente e financeiramente todos serão visados e poderá tirar benefícios directamente ou de forma indirecta de todo o desenvolvimento. O mais importante é saber fazer com que ela seja participativa e seja usada como o meio e o fim.

9) A seu ver quais são as potencialidades turísticas que Calhau e Ribeira de Calhau oferecem? Quais as fraquezas e ameaças?

Não posso afirmar isso. Tenho apenas ideias soltas mas acredito que muito poderá ser aproveitado. O mar, a pesca, a agricultura, as paisagens. Por ser deixada de fora do plano das ZDTI mostra que o dirigentes não possuem uma solução nem estratégias de desenvolvimento. São as comunidades e as associações comunitárias que irão dar a volta a comunidade. Não será a câmara Municipal.

10) De acordo com a sua experiência o que é preciso possuir ou a qual estrutura necessária para instauração de um projecto no âmbito do turismo comunitário?

Uma consciência por parte da comunidade. Sendo eles os principais agentes e beneficiados acredito que antes de qualquer coisa temos que capacitar a comunidade local nesse sentido.

11) Quais seriam, na sua opinião, os melhores mercados alvos de São Vicente e em particular de calhau no que concerne a esse tipo de turismo?

É um absurdo pensar apenas no visitante estrangeiro. Curiosamente é o turismo local que acaba por ser mais rentável a meu ver. Na nossa experiência é esse que mais dinheiro tem trazido. Temos aquele turismo internacional que é pontual ou sazonal que contribui. Para nós, o forte é o mercado local. Esse o nosso foco. É o primeiro mercado de garantia de fluxo de turismo regional é o local. Ao sair com a minha família num fim-de-semana, calhau aparecerá na minha mente. Por qualquer razão é sempre uma opção. Temos que ter um projecto para fazer com que calhau deixa de ser apenas um caminho para chegar às praias ou a um restaurante específico. Tem de deixar de ter desvios de paragens fechadas e começar a ser vista como um produto turístico global. Lajedos foi durante muito tempo um lugar de trânsito mas hoje é um destino

Anexo (1) – Documento Informativo Cabo verde Investimentos (Benefícios fiscais a Investidores Turísticos)

Turismo



Benefícios fiscais

Os Benefícios Fiscais não poderão ser concedidos ou utilizados sempre que o contribuinte deixar de efectuar o pagamento de qualquer imposto ou de contribuições para a Segurança Social, ou ainda, nos casos em que a contabilidade não esteja organizada de acordo com o sistema de normalização contabilística e de relato financeiro vigente em Cabo Verde.

IUR-Crédito Fiscal ao Investimento	As entidades que invistam no sector do turismo e da promoção turística beneficiam de um crédito fiscal que opera através da dedução à colecta do IUR, em valor correspondente a 50% dos investimentos relevantes realizados, no âmbito da Lei do Investimento. A dedução do crédito não pode, em cada exercício, exceder 50% do valor da colecta. Pode, no entanto, ser deduzida nos exercícios seguintes, caducando o direito à sua utilização no décimo exercício fiscal.
Investimento elegível	É considerado relevante o investimento realizado em activos fixos tangíveis, adquiridos em estado novo e afectos a projectos de investimento realizados no território de Cabo Verde, bem como o investimento com a aquisição de patentes e licenças para utilização de tecnologias certificadas pela entidade competente.
Investimento não elegível	Não são considerados investimentos relevantes para estes efeitos bens que não estejam directamente relacionados com o projecto de investimento, nomeadamente, os seguintes: <ul style="list-style-type: none"> • edifícios e outras construções não directamente ligados ao objecto principal do projecto de investimento ou destinados à venda; • mobiliário, artigos de conforto e decoração, e viaturas ligeiras.
Isenção de Imposto de Selo	Estão isentos de imposto de selo as operações de contratação de financiamento destinado a investimentos levados a cabo nos termos da Lei do Investimento.
Isenção de Direitos Aduaneiros	As entidades que operam nos sectores do turismo e da promoção turística beneficiam de isenção de direitos aduaneiros na importação de: <ul style="list-style-type: none"> • mobiliário, equipamentos e utensílios destinados à instalação, expansão ou remodelação de empreendimentos com estatuto de utilidade turística. Esta isenção aplica-se durante a fase da instalação e ao longo do primeiro ano de funcionamento. Na fase de remodelação, o valor do reinvestimento deve exceder 25% do valor inicial; • materiais e equipamentos incorporáveis directamente na instalação, expansão ou remodelação de empreendimentos não destinados à venda, designadamente, materiais de construção (excepto tijolos, cimentos, tintas e vernizes), equipamentos sanitários, eléctricos (com excepção de lâmpadas incandescentes, fogões, placas eléctricas, termoacumuladores e frigoríficos que não sejam da classe A), bem como, peças e acessórios; • veículos de transporte colectivo e misto destinados ao transporte exclusivo de turistas e bagagens, barcos de recreio, pranchas e acessórios, instrumentos e equipamentos destinados à animação desportiva e cultural. Os veículos e equipamentos importados não podem ter mais de 5 anos de uso, sob pena da isenção não ser aplicável.
Isenção de IUP	Os investimentos que impliquem a aquisição de imóveis exclusivamente destinados à instalação dos pr ojetos de investimento na área do turismo podem beneficiar de isenção de IUP. A atribuição deste benefício fica condicionada à respetiva aceitação pelo órgão municipal competente.
Outros benefícios	<ul style="list-style-type: none"> • Benefícios à criação de emprego – dedução à colecta do IUR por posto de trabalho criado no exercício anterior, observadas determinadas condições, de montante variável de acordo com a localização da entidade e da condição do trabalhador ser portador de deficiência, nos seguintes termos: <ul style="list-style-type: none"> - 26.000 CVE/236 EUR (Boa Vista, Sal e Praia); - 30.000 CVE/272 EUR (outras localidades do país); - 35.000CVE/317 EUR para pessoas portadoras de deficiência. • Formação, estágios e bolsas – majoração dos gastos incorridos no exercício relacionados com formação, estágios e bolsas em 50% do valor do encargo. • Benefícios contratuais/convenção de estabelecimento – caso o investimento levado a cabo neste sector seja de montante avultado (10 milhões de contos/90 milhões EUR), criando pelo menos 100 postos de trabalho directo, e seja realizado numa área abrangida pelo programa de desenvolvimento do Governo, pode candidatar-se a benefícios contratuais previamente acordados, ao abrigo de uma convenção de estabelecimento. Sempre que os investimentos sejam realizados fora dos concelhos urbanos da Praia, Sal e Boavista, o valor exigido quanto ao investimento e à criação de postos de trabalho é reduzido em 50%. • Mecenato – possibilidade de majoração até 30% de gastos do exercício com liberalidades concedidas ao Estado e autarquias locais, assim como a entidades de utilidade pública, cultural, desportiva e tecnológica, de acordo com as condições definidas no CBF.

Anexo (2) – Capa do Manual de Boas praticas Editado distribuído



Anexo (3) – Fotos Santa luzia no site da AAC



Anexo (3) – Fotos fauna terrestre do Ilhéu Raso no site da AAC

